

E-BOOK



“O Olhar da Movelaria Brasileira na reconstrução das vidas e economia em regiões afetadas por catástrofes”

1 e 2 de Outubro | Curitiba

Editorial



Irineu Munhoz

Presidente da ABIMÓVEL | Vice-presidente da Fiep
Coordenador do Conselho Setorial da Indústria Moveleira da Fiep

O XI Congresso Nacional Moveleiro representa não apenas a união do setor, mas também reflete o compromisso com o desenvolvimento, a inovação e a sustentabilidade na indústria moveleira do Brasil.

O tema deste ano - “O olhar da movelaria brasileira na reconstrução de regiões afetadas por catástrofes” - não poderia ser mais relevante e oportuno. Em um mundo cada vez mais impactado por desastres naturais e crises ambientais, nossa indústria tem a responsabilidade e a oportunidade de contribuir de forma significativa para a reconstrução dessas áreas e vidas, com soluções que aliam eficiência, sustentabilidade e comprometimento.

A capacidade da indústria moveleira de criar espaços acolhedores, seguros e funcionais pode desempenhar um papel crucial na recuperação das comunidades atingidas, trazendo não apenas conforto, mas também esperança e dignidade.

Durante dois dias, reunimos especialistas, empresas e jornalistas reconhecidos do setor moveleiro para discutirmos os desafios e oportunidades que estão moldando o futuro da nossa indústria, que é a 6ª maior produtora de móveis do mundo.

Este congresso foi um marco divisor na trajetória do setor moveleiro brasileiro, pavimentando o caminho para um futuro de mais sucesso, sustentabilidade e inovação. Esse é o compromisso da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (ABIMÓVEL) e da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), que uniram forças a outros importantes parceiros e apoiadores para que esse evento acontecesse.

Neste e-book, reunimos as discussões mais relevantes dos dois dias de evento, como um legado para os participantes e para todo o setor moveleiro nacional.

Boa leitura!



XI Congresso Nacional Moveleiro reuniu quase 1000 pessoas em dois dias de palestras, exposições e rodadas de negócios



“Um dos principais desafios da indústria nacional, incluindo o setor moveleiro, é a empregabilidade. Precisamos crescer e gerar empregos, aumentando também nossa produção e produtividade, para que a pressão salarial não exerça tensão inflacionária sobre a economia. O país deve trabalhar para eliminar barreiras que limitam a indústria, entre elas a questão tributária, a carência de infraestrutura e o alto custo Brasil.”

Edson Vasconcelos
Presidente do Sistema Fiep

No seu discurso de abertura do Congresso, o presidente do Sistema Fiep, Edson Vasconcelos, falou sobre o desafio do setor de crescer e gerar empregos.



Edição deste ano trouxe uma reflexão sobre o papel do setor na reconstrução de vidas e da economia depois de grandes catástrofes.

Juntos para discutir os desafios e oportunidades para o setor

Cerca de mil pessoas participaram do XI Congresso Nacional Moveleiro que, depois da pandemia, retornou à Curitiba com dois dias intensos de palestras



O fundador da plataforma de conteúdo Setor Moveleiro, Carlos Bessa, foi o mediador da conversa entre os empresários gaúchos Euclides Longhi e Wagner Ávila.

Sexta maior produtora de móveis do mundo, a indústria moveleira nacional se reuniu em Curitiba, nos dias 1 e 2 de outubro, para discutir o presente e o futuro do setor no XI Congresso Nacional Moveleiro. Considerado o summit do segmento, o evento deste ano teve como temática “O olhar e a contribuição da movelaria brasileira na reconstrução das vidas e da economia em regiões afetadas por catástrofes” e foi promovido pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel).

Promovendo a reflexão sobre a responsabilidade social e ambiental da indústria diante de um momento de grandes transformações guiadas por mudanças climáticas, tensões econômicas e geopolíticas ao redor do mundo, o Congresso reuniu quase mil pessoas ao longo dos dois dias de palestras e painéis.

O presidente da Abimóvel e vice-presidente da Fiep, Irineu Munhoz, abriu o congresso destacando o potencial do setor e seu poder de mobilização. “A temática do Congresso não apenas reconhece os desafios atuais, mas também busca soluções inovadoras e sustentáveis para reconstruir vidas e economias afetadas por desastres, trazendo novas pers-

pectivas para o futuro do viver — o que a indústria de móveis sabe fazer de melhor. O evento tem dois dias de muita interação entre os profissionais da área, além de ser uma vitrine para a indústria moveleira, proporcionando uma plataforma para inovação e desenvolvimento de novas tecnologias”.

Além de dois dias de palestras e painéis, o Congresso trouxe duas exposições promovidas pela ABIMÓVEL em parceria com a ApexBrasil e com o SEBRAE, levando ao evento peças de mobiliário desenvolvidas por marcas e designers brasileiros que ganharam o mundo. Enfatizando, assim, a inovação, qualidade, design integrado e gestão sustentável que fazem da indústria de móveis do Brasil a maior da América Latina e a sexta maior no mundo.

Recomeço

Para inspirar empresários presentes, dois empresários gaúchos falaram sobre a tragédia climática que arrasou o Rio Grande do Sul em maio deste ano, e o processo de reconstrução das vidas e da economia — que também era o tema principal do evento.

“O Brasil nos abraçou e o Paraná foi o estado que mais nos ajudou”, disse Euclides Longhi, diretor comercial do Grupo Multimóveis e presidente da Associação das Indústrias de Móveis do Estado do Rio Grande do Sul (Movergs). Aplaudido pelos moveleiros, ao agradecer pelo apoio, Longhi contou como a enchente castigou brutalmente a região da Serra Gaúcha e as lições que ainda estão sendo aprendidas.

O empresário Wágner Ávila destacou a rápida formação de um grupo de 300 voluntários, com 32 barcos, jet skis e caminhonetes para salvar milhares de pessoas e de animais na Grande Porto Alegre. Emocionado, disse que o pai foi retirado de casa com a água pelo telhado, perdeu tudo, e hoje faz móveis com restos de madeira para pessoas carentes. Eventos como esse que abalaram o Rio Grande do Sul, e que se tornam cada vez mais comuns, mostram a importância da indústria moveleira na criação de ambientes seguros, confortáveis e funcionais, que ofereçam confiança e segurança para as pessoas.

“O Congresso trouxe conteúdos fantásticos, que agregam muito para o nosso negócio. Foi muito interessante ver como a importância das pessoas foi abordada de diferentes formas.”

Newton Leal

CMA Planejamentos, de Pato Branco (PR)



“A indústria moveleira brasileira tem um potencial muito grande. Mas, muitas vezes, ainda é bastante tradicionalista. Eventos como esse são muito importantes para acelerar o mercado fortemente para o caminho da inovação. É uma grande imersão no setor.”

Ricardo Delgado

Diretor Executivo de Inovação do Móveis Hub, ambiente de inovação do SIMA (Sindicato da Indústria de Móveis de Arapongas - PR)

“O Congresso trouxe uma ótima seleção de palestras, com insights importantes para o nosso dia a dia, de negócios e também inovação. Nossa empresa também participou das rodadas de negócios do projeto Comprador e o resultado foi muito bom. Foram dois dias muito produtivos.”

Marcos Malavolta

Grupo MSA Móveis, de Francisco Beltrão



ARTIGO

Parcerias que fortalecem a indústria moveleira

O setor moveleiro é um orgulho para a indústria do Paraná. Um segmento com importantes polos espalhados por todo o estado, que é expressivo não somente pelos empregos e riquezas que gera, mas também pela qualidade de sua produção e pelo desenvolvimento que proporciona às localidades em que está instalado.

Atualmente, o Paraná tem o segundo maior número de postos de trabalho e de indústrias moveleiras no país. São mais de 3 mil estabelecimentos, que empregam 38,5 mil trabalhadores, ou aproximadamente 14,2% do total de 270,6 mil empregos gerados pelo setor em todo o país.

O principal destaque, sem dúvida alguma, fica com o polo de Arapongas, na região Norte do estado, que em 2023 ganhou o título de Capital Moveleira Nacional. Somente no município, que desenvolveu essa especialidade graças à visão e persistência de seus empresários e lideranças, são cerca de 300 indústrias do segmento, que geram mais de 12 mil empregos diretos. Somando-se todos os 41 municípios que estão na base de representação do Sindicato das Indústrias de Móveis de Arapongas (Sima), são aproximadamente 1 mil indústrias, responsáveis por 19 mil postos de trabalho.

Todo esse setor é apoiado pelo Sistema Fiep em diversas frentes. Além de proporcionar capacitação de profissionais, por meio do Instituto Senai de Tecnologia em Madeira e Mobiliário, instalado justamente em Arapongas, são ofertados diversos serviços que ajudam as indústrias a se manterem atualizadas em relação às principais tendências para seus produtos e processos produtivos. Soluções que estão disponíveis para empresas não somente do município, mas de todo o Paraná e até de outros estados, impulsionando a competitividade do segmento.

Já por meio do Conselho Setorial da Indústria Moveleira, são articuladas ações de defesa de interesses, buscando a superação de desafios que interferem nas atividades das empresas e o alcance de um ambiente mais adequado para o pleno desenvolvimento do setor. Essas iniciativas são debatidas e realizadas sempre em alinhamento com os diferentes sindicatos industriais filiados à Fiep que representam a indústria de móveis no estado e com outras entidades

representativas do segmento, como a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (Abimóvel).

Foi justamente dessa integração e colaboração que surgiu o Congresso Nacional Moveleiro, que em 2024 chegou a sua 11ª edição com o status de maior summit do setor no Brasil. Além de ser importante para destacar a relevância econômica e social do segmento, o evento é uma oportunidade única para que empresários, executivos e profissionais da indústria de móveis busquem atualização, adquiram conhecimento e identifiquem novas oportunidades de negócios para suas empresas.

Oportunidades que ficaram ainda mais claras nas rodadas de negócios promovidas durante o congresso. Por meio do Projeto Comprador, iniciativa da Abimóvel em parceria com a ApexBrasil, mais de 50 indústrias de móveis brasileiras e 15 compradores internacionais estiveram em contato direto. Ações como essa mostram que nosso setor moveleiro pode ampliar em muito a sua participação no mercado internacional, levando a qualidade da indústria e do mobiliário brasileiros a várias partes do mundo.

Com todas essas e muitas outras ações que buscam ampliar a competitividade da indústria paranaense e brasileira como um todo, temos certeza de que o Sistema Fiep é um importante parceiro do setor moveleiro. Uma parceria que queremos ampliar cada vez mais, fortalecendo esse segmento que tanto contribui para o desenvolvimento de nosso estado e de nosso país.

**Edson Vasconcelos**

Presidente do Sistema Federação das Indústrias do Paraná (Fiep)



ABIMÓVEL atua no desenvolvimento do setor de móveis brasileiro há mais de quatro décadas

A ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário) atua há mais de 45 anos no fortalecimento da indústria e do setor moveleiro nacional, trabalhando de forma propositiva como uma ponte entre as esferas pública e privada na defesa de políticas que colaborem com o crescimento sustentado e um ambiente de negócios mais justo para nossas empresas; incentivando a produção, o investimento, o emprego e a renda no país.

Além disso, a entidade lidera também diversas iniciativas e parcerias estratégicas com foco na promoção da cultura de inovação, de design, gestão sustentável e expansão de mercados no setor, tendo como objetivo o incremento à competitividade e ao posicionamento das marcas e do móvel brasileiro no mercado global.

Setor de relevância econômica e social, a indústria do mobiliário no Brasil soma cerca de 21,7 mil empresas, empregando 270,6 mil trabalhadores diretos e 1,1 milhão de profissionais indiretos, reafirmando a posição do país como o maior produtor de móveis da América Latina e o sexto maior no mundo.

No mercado internacional, a indústria brasileira do mobiliário ocupa a 26ª posição quando o assunto é exportação, avançando num ritmo bastante superior à média global nos últimos anos. Os produtos nacionais chegam a cerca de 180 países, tendo atualmente como os maiores mercados importadores os Estados Unidos, Uruguai, Chile, Reino Unido e Paraguai, enfatizando-se, ainda, a recente ascensão também de outros destinos na Europa e no Oriente Médio.

Sob a atual liderança do presidente Irineu Munhoz, a ABIMÓVEL reforça seu papel como entidade nacional, promovendo o associativismo e ações de norte a sul do país, com uma agenda estratégica que beneficia desde micro às grandes empresas do setor.

“Esses esforços são especialmente importantes no contexto de reindustrialização do país, que demanda um setor produtivo moderno, competitivo, digitalizado e integrado globalmente. Isso estimula a indústria e consequentemente a economia nacional, contribuindo para o desenvolvimento tanto da nossa cadeia produtiva quanto das comunidades onde essas empresas estão inseridas”, fala o presidente da ABIMÓVEL. Dessa forma, a entidade também se

engaja em políticas públicas e normativas que visam não só melhorar o ambiente de negócios, mas também apoiar a implementação de padrões de qualidade e sustentabilidade alinhadas às demandas emergentes no Brasil e no mundo.

Projeto Brazilian Furniture: mobiliário do Brasil para o mundo

Entre as colaborações de destaque da **ABIMÓVEL** está o Projeto Setorial Brazilian Furniture, realizado em parceria com a **ApexBrasil** (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos). O projeto, que conta atualmente com **175 empresas associadas**, visa consolidar a posição da indústria brasileira como um player de referência no mercado global de móveis, com os resultados conquistados até aqui demonstrando o impacto positivo do projeto.

Em 2024, as empresas participantes do **Brazilian Furniture** já conquistaram um avanço de **8,2%** em termos de posicionamento internacional, **acima da média nacional de 3,2% e muito além da média global do ano passado, que sofreu retração de 3,73%**. Para chegar a esses resultados, a iniciativa inclui a participação em feiras internacionais de prestígio e a organização de missões comerciais e projetos compradores que, só entre 2023 e 2024, engajaram **509 empresas**, envolvendo **3.678 rodadas de negócios** e **20.812 contatos internacionais**, com um total de negócios fechados e prospectados pelas marcas brasileiras através dessas ações chegando

a **US\$344.946.440 apenas neste ciclo**.



“O Brazilian Furniture é mais do que uma plataforma de negócios; é um catalisador que conecta o potencial criativo, sustentável e produtivo do Brasil ao mercado global”, destaca Cândida Cervieri, diretora-executiva da ABIMÓVEL e gerente do projeto.

Dispondo de um escopo de ações estratégicas voltadas para a promoção comercial, a inteligência de mercado, a gestão sustentável e a valorização do design integrado à indústria, outros dois destaques neste ano são a ampliação do programa Design + Indústria, que conecta designers e fabricantes de diferentes partes do Brasil na criação de novas peças e coleções com valor agregado; bem como o SIMB, o Programa de Sustentabilidade do Setor do Mobiliário, que chega à sua nova fase atualizando-se às diretrizes da Agenda 2030, aos princípios ESG e aos



Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas.

Para conhecer mais sobre o projeto e se associar, visite: brazilianfurniture.org.br.

Sobre a ApexBrasil

A ApexBrasil atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira. Para alcançar os objetivos, a agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, fortalecendo as empresas nacionais e a marca Brasil.

A Agência também atua de forma coordenada com atores públicos e privados para atração de investimentos estrangeiros diretos para o país, com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade da economia e das empresas brasileiras.

PDCIMob: foco nas micro e pequenas empresas

Outro projeto liderado pela ABIMÓVEL, dessa vez em colaboração com o SEBRAE Nacional (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Indústrias), o PDCIMob (Projeto de Desenvolvimento, Competitividade e Integração da Indústria do Mobiliário) foca no fortalecimento das micro e pequenas empresas moveleiras, que representam aproximadamente 78% do setor no Brasil.

Estruturado em três trilhas estratégicas — Inteligência Setorial e Digital, Melhoria da Competitividade e Aproximação Comercial —, cada uma delas traz um escopo de ações progressivas e complementares, que destaca uma abordagem holística e transversal visando ampliar a competitividade e a sustentabilidade das empresas participantes, promovendo a inclusão digital, o desenvolvimento de novos produtos com design aliado à pequena indústria, a capacitação, a conexão entre os atores da cadeia produtiva e a expansão de mercados.

“O PDCIMob nasceu da necessidade real de apoio ao pequeno empresário, que muitas vezes enfrenta desafios para se manter competitivo e atualizado”, afirma Munhoz. “Por meio do projeto, estamos criando

oportunidades de crescimento e modernização para que essas empresas possam não apenas sobreviver, mas prosperar tanto no mercado interno quanto externo, com criações de diversas dessas marcas já tendo sido reconhecidas em grandes eventos e premiações internacionais. Algo até então inimaginável para muitas delas e que agora se torna não só uma realidade, mas um caminho para o crescimento sustentado”, completa.

Desde o seu lançamento, o PDCIMob já beneficiou diversas micro e pequenas indústrias em 12 estados brasileiros, ajudando-as a se integrarem a um ecossistema mais eficiente e colaborativo, e ainda há muito mais por vir.

Saiba mais em pdcimob.abimovel.com.

Sobre o SEBRAE

O SEBRAE é uma instituição que trabalha para o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios no Brasil, oferecendo apoio em áreas como gestão, inovação, tecnologia, mercado e finanças. Atuando em todo o território nacional, o SEBRAE promove capacitação, orientação empresarial, consultorias, além de programas e eventos que incentivam o empreendedorismo e fomentam o crescimento das micro e pequenas empresas, microempreendedores individuais (MEI), startups e agronegócios, desempenhando um papel essencial no fortalecimento do empreendedorismo como motor da economia brasileira.



Inscrições abertas para o Prêmio Design da Movelaria Nacional: peças vencedoras serão expostas em Milão



O Prêmio Design da Movelaria Nacional foi lançado oficialmente durante um painel no XI Congresso Nacional Moveleiro.

Celebrando a força criativa e produtiva que emana do Brasil, o Prêmio Design da Movelaria Nacional destaca a excelência dos designers e indústrias moveleiras de norte a sul do país, projetando-os no cenário global e apresentando ao mercado novas soluções para o futuro do viver, ao levar as criações vencedoras ao Salão Internacional do Móvel de Milão (iSaloni), na Itália, além de outros importantes eventos nacionais e internacionais, como a ICFF (International Contemporary Furniture Fair), em Nova York, nos EUA.

As inscrições para o prêmio estão abertas até 11 de fevereiro de 2025. A ação é organizada pela ABIMÓVEL (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário) com correalização da ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos), do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e da FIEP (Federação das Indústrias do Estado do Paraná).

Prêmio Design da Movelaria Nacional contempla de novos talentos às grandes indústrias

A iniciativa convida designers, arquitetos, estudantes e indústrias de móveis a inscreverem seus projetos, abrangendo **seis categorias**:

- **Mobiliário Autoral:** destaca peças de mobiliário ou objetos de decoração autorais com assinatura pessoal de designers e arquitetos, que possam ser reproduzidos tanto em série quanto na marcenaria;
- **Mobiliário Marcenaria:** focada em criações passíveis de serem reproduzidas na marcenaria devido ao nível de personalização e customização das peças;
- **Mobiliário Seriado:** premia peças passíveis de serem reproduzidas pela indústria moveleira nacional sob critérios de produção em série e escalável;
- **Mobiliário Emergencial:** voltada para produtos que atendam a situações de crise, como soluções inovadoras, de ágil e efetiva implementação em meio a desafios econômicos ou ambientais;
- **Resiliência Produtiva:** reconhece cases empresariais de inovação e adaptação de fábricas que responderam dinamicamente às mudanças forçadas por desafios de ordem climática ou econômica;
- **Novos Designers e Estudantes:** categoria voltada para projetos inovadores desenvolvidos por estudantes ou recém-formados há até quatro anos.

Os interessados podem inscrever projetos em mais de uma categoria.

Novas soluções para novas necessidades

Sob o tema “Ergonomia Sensorial”, a atual edição do Prêmio Design da Movelaria Nacional convida os participantes a irem além da produção tradicional e do aspecto puramente físico das peças, incorporando demais elementos essenciais para a experiência humana, ao propor uma simbiose entre beleza, simplicidade e conforto com os princípios ESG (Environmental, Social, and Governance).

“A premiação é uma vitrine para o pensamento avançado no design de mobiliário, incentivando uma nova geração de produtos e reforçando o papel da indústria de móveis na evolução do ‘viver’, o que traz benefícios para os consumidores e amplia a competitividade das marcas no mercado”, explica o presidente da ABIMÓVEL, Irineu Munhoz.

A diretora-executiva da entidade, Cândida Cervieri, complementa: “Cada categoria foi pensada para impulsionar a criação de peças que possam ser implementadas com viabilidade econômica, produtiva e ambiental, ao mesmo tempo em que preservam critérios estéticos e ergonômicos.”

Etapas e premiações

A competição se desdobra em diferentes etapas. A primeira avalia os projetos enviados de maneira virtual, selecionando os melhores para a próxima fase; enquanto a segunda se concentra na avaliação de protótipos e vídeos, com os projetos selecionados sendo divulgados no dia 06 de março de 2025, durante a 2ª edição do encontro “Mulheres e Conexões”, em Curitiba (PR).

Além de troféus, certificados e o reconhecimento internacional obtido a partir da autoridade das entidades realizadoras do prêmio, contemplando os três primeiros lugares de cada categoria, os grandes vencedores (primeiros lugares) serão expostos em grandes eventos de relevância nacional e internacional.

“Estamos consolidando o Brasil na vanguarda do design no mundo. Queremos mostrar que nosso país não só entende as tendências globais, mas também está ajudando a moldá-las”, ressalta Jorge Viana, presidente da ApexBrasil. Para o presidente do SEBRAE, Décio Lima, o Prêmio Design da Movelaria Nacional é também “uma plataforma estratégica para alavancar pequenos negócios e designers emergentes, proporcionando-lhes visibilidade e acesso a novos mercados”.

Inúmeros jurados de renome e convidados especiais formarão o corpo avaliador, reforçando o rigor do processo de seleção e julgamento. Katalin Stammer, especialista em design sensorial, pontua que a iniciativa representa uma ponte para o futuro do design, desenhando hoje o mundo em que viveremos amanhã.

Como participar

As inscrições devem ser feitas on-line, com envio de documentação, imagens e vídeos dos projetos, conforme as categorias escolhidas; reforçando que um mesmo participante pode inscrever projetos em mais de uma categoria.

Veja o regulamento e detalhes no link: <https://mkt.abimovel.com/premiodesign>





Casa Conceito apresentou a tendência do minimalismo na prática

Tiny house ficou aberta para visitação durante todo o evento, apresentando um modelo inovador e sustentável de habitação

O desejo por uma vida mais simples e em contato com a natureza tem impulsionado uma tendência de minimalismo, inclusive na escolha de uma casa para morar. Foi isso que deu origem às tiny houses (casas pequenas, em tradução livre do inglês), um formato de moradia em construção modular, com menos desperdício e que pode, inclusive, ser transportada. O modelo inovador e mais sustentável de construção foi um dos temas discutidos durante o XI Congresso Nacional Moveleiro. E os participantes puderam ver a tendência aplicada na prática, na Casa Conceito instalada no evento e aberta à visitação.

Construção revolucionária

A Casa Conceito instalada no evento é uma construção modular de 55 metros quadrados, com área externa, totalmente mobiliada e funcional. A AEF Construções Modulares é responsável pelo projeto - assinado pelo arquiteto Fábio Murilo Frari e o sócio, Tom Grando, biólogo e gerente da empresa.

Para Grando, as chamadas “tiny houses” representam uma revolução na construção civil ao redor do mundo. Construídas na fábrica sobre um chassi de aço e transportadas prontas ou em módulos, elas eliminam desperdícios e reduzem drasticamente o tempo de construção em comparação com métodos tradicionais.

Além da praticidade, o objetivo desse tipo de moradia é incentivar a utilização de energia renovável, como painéis fotovoltaicos, e materiais recicláveis tais como madeiras e metais reutilizáveis. “Nosso objetivo é oferecer uma solução que não só atende às necessidades imediatas em situações de crise, mas que também seja sustentável a longo prazo, respeitando o meio ambiente e as comunidades onde são instaladas”, diz Grando.

Fornecedores

O projeto da Casa Conceito instalada no Congresso Nacional Moveleiro é resultado da colaboração entre as entidades organizadoras, indústrias de móveis associadas ao Projeto Brazilian Furniture — idealizado pela ABIMÓVEL em parceria com a ApexBrasil — e a AEF Construções Modulares.

Os móveis usados na composição da casa são fabricados por empresas associadas e assinados por designers brasileiros que participam dos projetos liderados pela ABIMÓVEL em parceria com a ApexBra-

sil. A curadoria é da designer Katalin Stammer.

Confira a lista completa de fornecedores da Casa Conceito:

Mobiliário:

Lovato

Century

Marel/Kless Planejados

Gralha Azul

Móveis James

Colchões e eletrodomésticos:

Lojas MM

Demais fornecedores:

Iluminação – **Duo**

Pedras – **Tambau Mármores e Revestimentos /**

Gramarcá Granitos e Mármores

Porcelanas – **Porcelana Schmidt**

Persianas e Cortinas – **Sunfix**

Sonorização – **Playlisten**

Identidade Olfativa – **MídiaAroma**

Paisagismo – **Canteiro Fértil**

Decoração – **Dcor&Gift / Cosy**

Obras de Arte – **Lu Oliveira**

Apoio Institucional – **Confraria AD**

Enxoval – **Cosy Home**







Estudantes do Sesi Paraná trazem inovação para palco do Congresso

Concurso da Movelaria Brasileira teve a participação de mais de 100 equipes de alunos do Colégio Sesi de todo Paraná

O Concurso da Movelaria Brasileira foi um dos destaques do XI Congresso Nacional Moveleiro. Promovido em parceria com o Sesi (Serviço Social da Indústria), a competição mobilizou mais de 100 equipes de estudantes do Colégio Sesi em todo o Paraná que trouxeram propostas de soluções inovadoras e sustentáveis para o setor.

A equipe All in one, do Sesi Londrina, venceu o concurso com um projeto de placas modulares de madeira para construção de móveis. O kit criado pela equipe é composto por placas quadradas de madeira Cambará que se encaixam para a composição das peças - cadeira, mesa, sofá ou até uma barreira contra a água, em caso de enchente.

Nesta edição, os estudantes do Colégio Sesi foram convidados a desenvolverem estratégias que contribuam para a reconstrução das vidas e da economia em regiões afetadas por catástrofes. Reunidos em grupos, eles trouxeram propostas que priorizaram a responsabilidade social das indústrias moveleiras, considerando o respeito às relações da empresa/indústria em todos os âmbitos: funcionários, clientes e comunidades locais.

As estratégias deveriam ter como fio condutor os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5, 10 e 11, da Organização das Nações Unidas (ONU). Ou seja, promover o consumo consciente, a produção sustentável e a participação ativa da comunidade.

Os projetos foram avaliados por um júri composto por especialistas do setor levando em consideração critérios como originalidade, viabilidade técnica, impacto ambiental e social, além da capacidade de implementação. Os 10 projetos finalistas participaram de uma nova banca de avaliação durante o primeiro dia de Congresso, com empresários e técnicos do setor.

Os cinco melhores projetos tiveram a oportunidade de apresentar suas ideias no palco do evento. O público deu uma nota para a viabilidade do projeto e escolheu os vencedores.

Vencedores

Os estudantes Ruan Reis e Cauã Carmelo representaram a equipe na premiação e contam que o desenvolvimento ensinou muito sobre o trabalho em equipe. “No processo de desenvolvimento a gente se reunia sempre depois das aulas e ficávamos por algumas horas. Somos seis pessoas na equipe. Então, tivemos que pensar juntos e considerar a opinião de todo mundo. Todo mundo tinha ideias diferentes. E isso agregou muito do nosso trabalho”, diz Ruan.

O curador do XI Congresso Nacional Moveleiro, Nilson Violato, explica que o concurso deste ano é uma evolução da parceria que já existe há muito tempo entre o evento e o Sesi. “Nas edições anteriores acontecia a Oficina de Pregos e Cavacos, que tinha como proposta levar uma solução criada pelos alunos para a indústria moveleira. Antes focado em produto, agora convidamos os alunos a pensar em uma solução para gestão empresarial como um todo, que pode ser um produto, mas não só isso”, explica.



Finalistas apresentaram seus projetos para a plateia do Congresso.



Os finalistas do concurso no palco do XI Congresso Nacional Moveleiro.

“Essa discussão de ideias entre os alunos é algo muito importante para o desenvolvimento deles e também para a escola”.

Matheus Dias

Professor de matemática e orientador da equipe vencedora do Concurso.





Os representantes da equipe All in one, do Sesi Londrina, que **garantiu o primeiro lugar no concurso**.



Representantes da equipe finalista do Sesi União da Vitória.



Representantes da equipe finalista do Sesi Santo Antônio da Platina.



Representantes da equipe finalista do Sesi Guarapuava.



Representantes da equipe finalista do Sesi CIC / Curitiba.



Palestras

ARTIGO

Ergonomia Sensorial

**Katalin Stammer**

Ergonomia Sensorial é uma abordagem interdisciplinar que combina os princípios da Ergonomia tradicional com a Neurociência, a Antropologia e o Design. Trata-se de uma importante ferramenta metodológica para o desenvolvimento de objetos, ambientes e estratégias que não apenas atendam às necessidades físicas e cognitivas dos usuários, mas também aos seus aspectos sensoriais e emocionais.

Com essa abordagem multissensorial, ultrapassamos os cinco sentidos tradicionais, considerando também os sentidos complementares e as percepções combinadas recentemente apresentadas pela Neurociência, além de aspectos sociais e emocionais. O objetivo é proporcionar uma experiência completa de conexão e bem-estar integral (FIGURA 1).

Interseção da Ergonomia com o Design Sensorial e Emocional

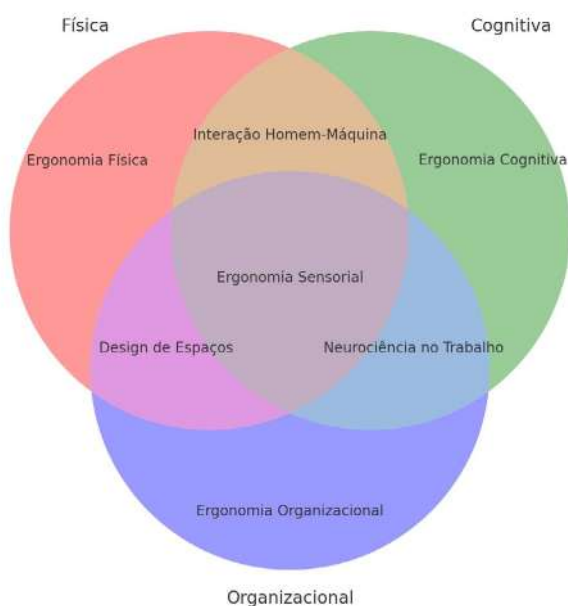


Figura 1 - Bases da Ergonomia Sensorial
Fonte: Autoria própria (2024)

Nessa perspectiva, a Ergonomia Sensorial propõe-se como uma nova fronteira da Ergonomia, que abraça as descobertas anteriores (FIGURA 2) (IIDA; BUARQUE, 2016) e avança em direção à compreensão dos sensores e emoções humanas, prevendo novas métricas a serem consideradas em projetos de Design.

Abrangência da Ergonomia Sensorial

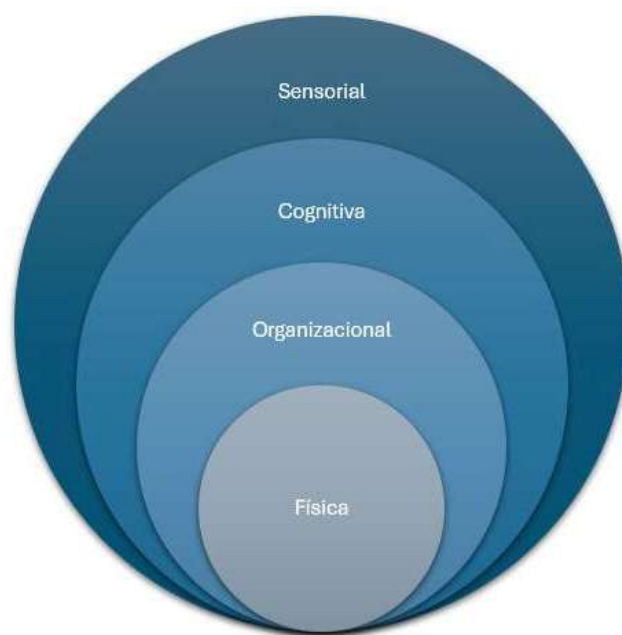


Figura 2 – Abrangência da Ergonomia Sensorial
Fonte: Autoria própria (2024)

Do ponto de vista da Ergonomia, essa nova abordagem vai além das questões antropométricas, cognitivas e organizacionais tradicionais, integrando aspectos definidos por Tiger (1993) como os “quatro prazeres”: físicos, psicológicos, sociais e ideológicos (FIGURA 3).

Modelo 4 Prazeres proposto por Tiger 1993

4 PRAZERES	CONCEITO
FÍSICA	Isso tem a ver com o corpo e os sentidos. Inclui prazeres associado ao tato, paladar e olfato, bem como sensações de prazer sensual. Isso também inclui prazeres associados à capacitação física, como ser capaz de realizar tarefas físicas.
PSICOLÓGICA	Prazeres associados à mente, como ser capaz de compreender coisas e estados emocionais positivos. Os desafios mentais entram nesta categoria, assim como coisas que as pessoas acham interessantes.
SOCIAL	Isto tem a ver com relacionamentos, tanto no sentido concreto quanto abstrato. Relacionamentos concretos são aqueles com pessoas específicas, como amigos, familiares, colegas de trabalho, vizinhos e entes queridos. Os abstratos preocupam-se com a nossa relação com sociedade como um todo, como o nosso estatuto social, imagem e pertença a grupos sociais.
IDEOLÓGICA	Isso inclui nossos gostos, valores e aspirações. Os gostos têm a ver com nossas preferências – quais cores gostamos mais, que tipos de música e arte gostamos, por exemplo. Os valores têm a ver com nosso sistema de crenças morais e nosso senso de certo e errado. Enquanto isso, nossas aspirações têm a ver com nosso senso de quem queremos ser e com o eu imagem de nós mesmos que queremos ter.



ANTROPOLOGIA

Figura 3 – Tipos de prazeres apresentados por Tiger.

Fonte: Adaptado de Tiger (2024)

Esses prazeres também se relacionam aos mais de 32 sensores humanos que captam e processam estímulos, conforme apresentado por Young (2021) (FIGURA 4). O objetivo dessa metodologia é criar um diálogo entre o ser humano e o ambiente, capaz de evocar sensações de conforto, prazer e pertencimento, conectando aspectos simbólicos e emocionais ao projeto proposto.



+32 SENTIDOS

Figura 4 – Tipos de sentidos apresentados por Young. Fonte: Organizado pela Autora a partir de Young (2024)

Características da Ergonomia Sensorial:

1. **Multissensorialidade:** Integra a percepção combinada dos sentidos humanos para criar ambientes, produtos e estratégias que superem resultados óbvios e promovam uma conexão por meio de uma abordagem holística e única.
 2. **Aspectos Emocionais:** Considera o impacto da captação sensorial do projeto proposto no estado psicológico e emocional do usuário, com foco na qualidade de vida.
 3. **Neurociência Aplicada:** Utiliza descobertas da neurociência para entender como o corpo e a mente reagem a estímulos sensoriais e emocionais, orientando o projeto para respostas desejadas pelo designer.
 4. **Contexto e Cultura:** Valoriza a memória, a cultura e o contexto social, reconhecendo que as experiências sensoriais são moldadas por esses fatores, ampliando a profundidade e a relevância do design.
 5. **Bem-estar Integral:** Vai além do conforto físico ideal, incluindo aspectos psicológicos, sociais e ideológicos na busca pelo bem-estar integral do ser humano.
- **Excelência atemporal:** Projetos que transcendem tendências momentâneas e estabelecem uma conexão emocional duradoura.
 - **Superação da estética visual tradicional:** Criação de desejo de consumo mediante profundidade emocional e sensorial.
 - **Transmissão de intenção e propósito:** Utilização de uma linguagem ampliada captada pelos múltiplos sentidos, resultando em um alinhamento ideológico no consumo.
 - **Conexão simbólica:** Aumento da percepção de valor e do reconhecimento pelo usuário, fazendo-o sentir-se parte do projeto.
 - **Nova visão mercadológica do design:** O designer se torna peça fundamental no desenvolvimento criativo, com amplas habilidades mercadológicas.

Aplicação da Ergonomia Sensorial:

Considerando o cenário pós-pandemia, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), as boas práticas de gestão envolvendo Environmental, Social and Governance (ESG), que em português significa Ambiental, Social e Governança, onde questões sociais, climáticas, ambientais e mercadológicas colocam a Ergonomia Sensorial como uma abordagem essencial.

Ela oferece soluções focadas no ser humano, alinhadas a vínculos emocionais, sociais e culturais, e promove a adaptabilidade, qualidade de vida, sustentabilidade e experiências significativas em objetos, ambientes e estratégias.

Com a Ergonomia Sensorial, os resultados esperados incluem:

A Ergonomia Sensorial oferece uma nova possibilidade de avanço ao unir as necessidades do consumo consciente, promovendo uma abordagem holística que vai além dos aspectos funcionais e estéticos.

Com isso, reforça a importância de desenvolver projetos centrados no ser humano, capazes de atender suas demandas físicas, emocionais e culturais, criando soluções significativas que se alinham aos desafios contemporâneos de sustentabilidade e bem-estar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- IIDA, Itiro, BUARQUE, Lia. Ergonomia: Projeto e Produção. 3ª ed. São Paulo: Blucher, 2016.
- LIONEL, Tiger. A Busca do Prazer: a Evolução dos Sentidos na Espécie Humana. 1ª ed. Rio de Janeiro: Objetiva. 1993.
- STAMMER, Katalin. Design Sensorial: Uma abordagem inovadora para ambientes focados no bem-estar emocional. Aguardando publicação. Curitiba. 2015.
- YOUNG, Emma. Supersentidos: A ciência por trás dos nossos 32 sentidos e como utilizá-los. 1ª ed. Rio de Janeiro: Bestseller, 2021.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei no 9.610).

Futuro mais humano e com as portas abertas para grandes oportunidades



As palestras do XI Congresso Nacional Moveleiro trouxeram para os participantes uma visão geral do setor. Mas, mais do que isso, provocaram importantes reflexões sobre o futuro dos negócios, das pessoas e do mundo.

O empresário e consultor **Carlos Ferreirinha** abriu o primeiro dia de palestras falando sobre a maior janela de oportunidade de negócios que está aberta para empresas e indústrias.

Em sua palestra sobre tendências, o especialista em mercado de luxo falou sobre a busca por distrações

e momentos de escapismo e a chamada “era da experiência”.

“Vivemos um momento de grandes desafios, pós-pandemia, tensões políticas e econômicas, e uma grande fragilidade emocional e mental. É um momento de caos.

Mas, por isso mesmo, as pessoas buscam momentos de escapismo. E, nesse contexto, vão se destacar as marcas que conseguirem entender a jornada do consumidor e se relacionar com ele oferecendo essa leveza.”

diz. “São as experiências com as marcas que nos farão ter vontade de consumir determinado produto.”

Para o setor moveleiro, em especial, Ferreirinha destacou pelo menos duas importantes tendências determinantes do mercado atual: as pessoas estão vivendo mais e as casas se tornaram protagonistas na vida das pessoas.

“A expansão da vida criou o que eu tenho chamado de ‘jovialidade na longevidade’ e gerou uma oportunidade mercadológica.”

Ele defende, no entanto, que as empresas estejam atentas à realidade desse consumidor e seus anseios. “É preciso olhar de fato para essa parcela da população e seus hábitos de consumo. Não estamos falando só de avós passeando de mãos dadas com os netos. Essas pessoas estão lotando os cruzeiros e os hotéis, por exemplo.”



Futuro mais humano

A atriz, apresentadora e escritora Dani Suzuki usou sua experiência como moradora visitante em mais de 150 “tribos urbanas”, além de comunidades indígenas, para falar da importância de as pessoas se mobilizarem em torno de boas causas, mudando para melhor vidas e destinos. Em sua palestra, ela falou sobre o comportamento humano e seu poder transformador na sociedade.

A atriz, que também é voluntária em atividades com crianças refugiadas, vem se dedicando ainda a estudar neurociência.

“As grandes transformações humanas acontecem no coletivo. Cada escolha e movimento que fazemos implica em mudanças na vida do outro. Hoje, diante do mundo digital, cada pequeno movimento é ampliado e multiplicado em proporções gigantescas”

diz a palestrante. “Minha vivência me fez entender a importância de uma construção de longo prazo. E despertou esse desejo de chamar as pessoas para a ação. Para agir pelo outro.”

Vendedores

O palestrante Thiago Concer, um dos principais nomes da área de Vendas do país, fez a palestra de encerramento do XI Congresso Nacional Moveleiro. Concer falou sobre os desafios de formar uma equipe de vendas eficiente e preparada para os desafios do futuro.

E do papel da liderança nesse cenário.

“Uma liderança eficiente e moderna tem mais pessoas do que ‘coisas’ na agenda. A função da liderança é desenvolver seus liderados e não ser o mais querido. É preciso ter conversas difíceis também.”

Concer defendeu a ideia de que é preciso criar uma cultura de educação nas empresas e incentivar o time a se desenvolver e criar uma mentalidade de crescimento. “Uma equipe que cresce é uma equipe que aprende”.



ARTIGO

A inovação para a reconstrução

É percebido que diante das catástrofes, unimos nossas forças para levantar a bandeira da inovação em prol da reconstrução, e entendemos que essa ação brota da nossa capacidade humana quando preenchida por amor e valores. Portanto, nosso desafio aqui é sobre a formação de capital humano e a inovação do SER, a única digna de ser admirada e deslumbrada.

Já imaginou como você, sua carreira, sua cidade ou seu negócio estarão diante de um futuro próximo, tão veloz, imprevisível e dual como esse? Será que teremos a chance de evoluir como seres humanos e com a possibilidade de presenciar um mundo melhor diante do avanço tecnológico e dos novos modelos de negócios?

Qualquer inovação até hoje foi de extrema importância, mas também trouxe consequências. O protagonismo sempre esteve na inovação de produto, serviço, marketing, processo ou modelo de negócio, mas nunca presenciei a inovação do SER como principal protagonista.

É por isso que convido você a revisar os modelos padrões, receitas e nossos paradigmas. Não estamos em uma ruptura, mas em uma fenda do tempo, e momentos como esse exigem de nós extrema capacidade de adaptabilidade sem perder a nossa essência humana, o que nos leva para um inevitável questionamento: “Por que ao invés de produzirmos melhores coisas, não começamos a produzir melhores seres humanos para, então, materializarem melhores coisas?”

O que você tem feito com o seu tempo e conhecimento adquirido ao longo da sua vida? A partir do entendimento de que ela é feita de histórias, e os grãos que caíram da sua ampulheta contam a sua história, então minha pergunta é: O que você fez (e tem feito) com os grãos da sua ampulheta?

Para que possamos continuar, uma pergunta: Será que temos a curiosidade de saber quem somos, sem maquiagem, se existe verdade em nossas intenções e discursos? Que leva a um segundo e inevitável questionamento: como me torno uma mínima pessoa viável (MVP - Minimum Viable Person) na vida e nos negócios?

Percebo que muitos não querem saber da verdade,

querem saber da versão própria, daquilo que favorece a “sua” visão comprometida. Existe uma apatia sobre as perguntas fundamentais da vida humana. Te convido a buscar aperfeiçoamento dos seus comportamentos, atitudes e pensamentos. Você poderá se surpreender em relação a como podemos desenvolver e utilizar nossas virtudes para aquilo que nos qualifica como seres humanos!

Acredito que é a combinação da nossa evolução humana aliada ao uso correto do poder das máquinas, que proporcionará a **“humanidade aumentada”**. Se falharmos nisso, o futuro do emprego e trabalho de pessoas robotizadas será facilmente derrotado para os sistemas de robôs humanizados. E isso é apenas o início do fim ou a ponta desse iceberg.

Tão vital quanto necessário para a nossa sociedade, essas discussões precisam sair do papel e se tornar atitudes. É a partir desse pensamento consciente e ações intencionais que daremos origem a uma nova maneira de inovar, trabalhar e empreender na vida e nos negócios.

A inovação humanizada é a base e o único caminho para que todas as outras inovações tenham sentido e significado. E a forma como você utiliza o tempo (Cronos e káiros) e os grãos da sua ampulheta determinará quem é você na relação com a dor e prazer, medo e desejo. E nessa jornada do tempo nossa energia será dividida em quatro esferas diferentes: física, mental, emocional e espiritual.

Minimum Viable Person

Muitos aqui conhecem o MVP - Minimum Viable Product ensinado nas escolas de negócios. Mas quero mostrar para vocês outro muito mais valioso. O principal pilar para que a renovação ou inovação aconteça é o entendimento de como você constrói você - o seu **MVP - Minimum Viable Person**. Para que sejamos a mola propulsora da inovação humanizada, precisamos aprender a utilizar de maneira mais eficiente nossas inteligências (intelectual, emocional e espiritual) para o nosso MVP: corpo, coração, mente e alma, controladores de energia.

Como já deu para perceber, apresento uma abordagem diferenciada do que é falado sobre inovação no mercado e a minha base é desenvolvida através de

três aspectos:

Mínimo, aquilo que é o básico e atende as principais necessidades da vida, o que você precisa para superar os desafios e infortúnios da vida e corresponde a possibilidade de se criar e facilitar sua aprendizagem contínua. A sua mentalidade preparada e em sintonia com essa nova era e demanda.

Viável, a sua essência. Aquilo que naturalmente você é ou faz naturalmente e é mais relevante do que a média, e como você propõe ou produz algo que as pessoas realmente necessitam, precisam e desejam. Como você viabiliza, possibilita e encanta por meio dos seus valores na geração de valor.

Pessoa, a evolução do ser. Aqui abandone o pensamento do “produzir, vender e ganhar” para pensar de uma maneira mais ampla e como você pode impactar e transformar pessoas. Primeiro devemos aprender a SER e ESTAR, todo o resto e resultados se tornam consequência disso.

Vale ressaltar ainda que você não precisa estar perfeito para começar a viver! Comece com o mínimo e aprenda, evolua, saia melhor do que entrou. Mas é fundamental que comece já querendo saber da verdade, não aquilo que só favorece a “sua” versão. Seja sempre um ser em construção. Não seja apático

sobre as perguntas fundamentais da vida humana. Só assim você será adaptável às mudanças, com consciência e não apenas por obrigação.

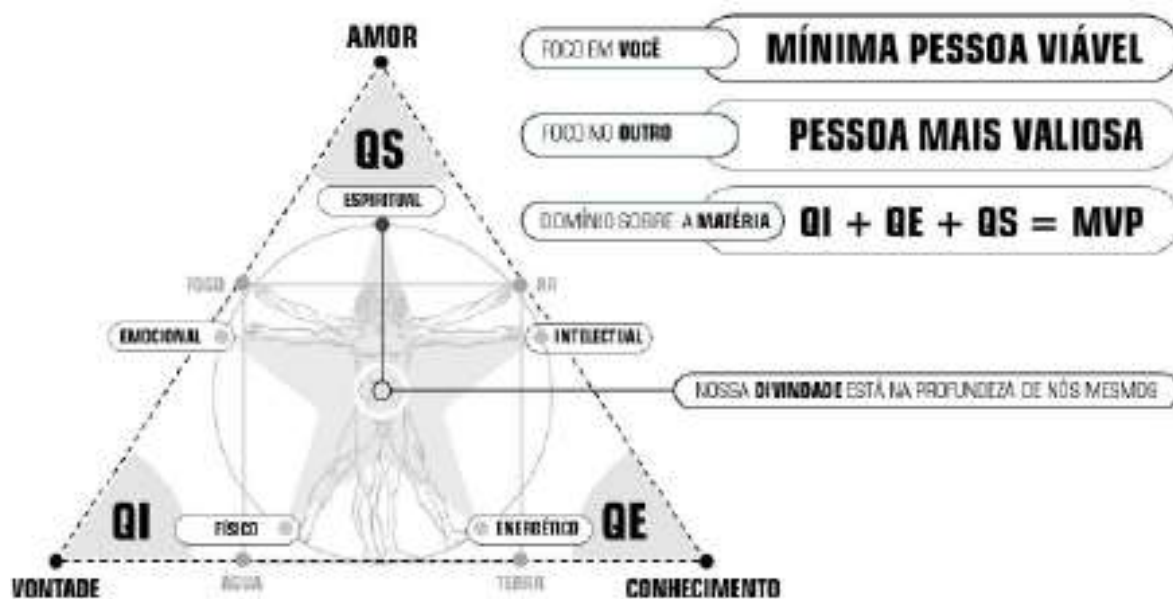
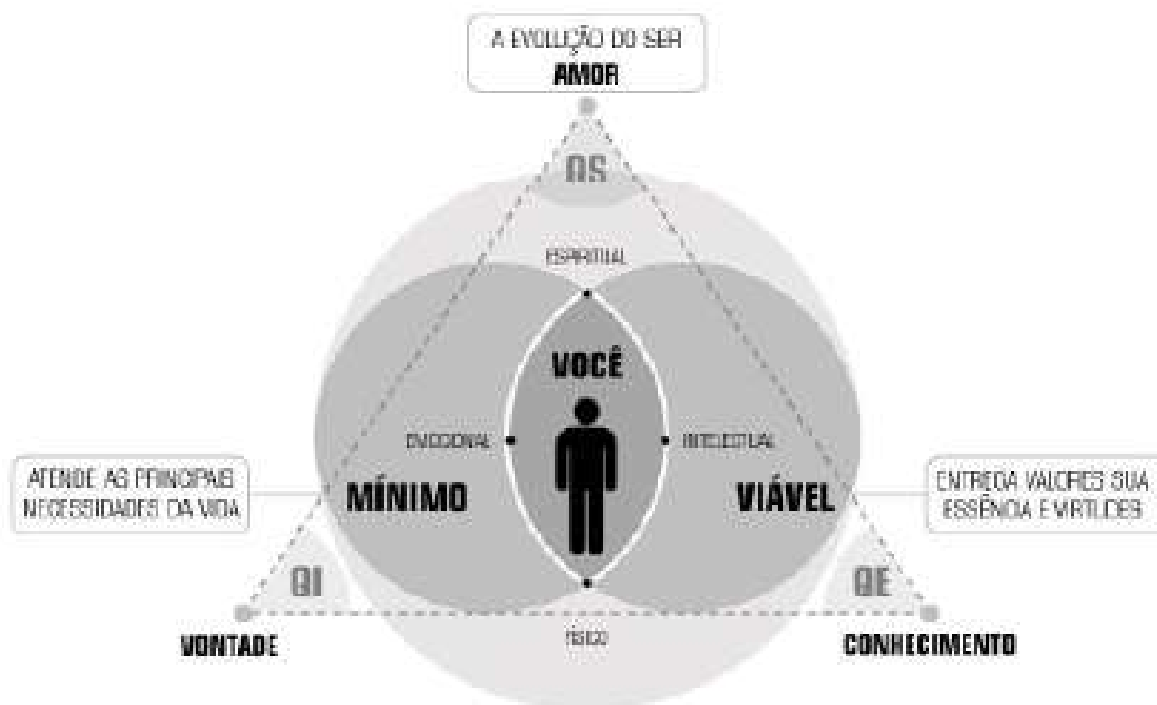
Nos tornando pessoas minimamente viáveis, potencializando nossas virtudes que seremos capazes de construir uma cultura e sociedade mais humanizada, com todos remando para o mesmo lado, que sua empresa enfrentará todos esses desafios, e saberá utilizar da melhor maneira possível as virtudes do ser humano com a capacidade da tecnologia.



Marcos Batista

Diretor de Inovação do Centro Paula Souza (CPS)





ARTIGO

O móvel enquanto móvel, enquanto coadjuvante da vida!

Este Congresso pretende abordar o olhar da moveleira brasileira na reconstrução de vidas e da economia em regiões afetadas por catástrofes.

Em tempos onde a natureza, em diversos locais do mundo, tem se manifestado com bastante fúria e crueldade. A natureza como MÃE da Terra defende sua cria. E o que aconteceu no Rio Grande do Sul nos alerta para as nossas ações enquanto ocupantes de um solo que um dia foi virgem.

Eu não acredito que nós como população mundial tenhamos tanto poder de destruição do nosso planeta, o que tenho certeza é de que temos sim uma grande responsabilidade sobre esta terra, onde 7 bilhões de pessoas a habitam, esta aqui é a nossa grande CASA.

Porém, não podemos cuidar de tudo, já fazemos muito quando zelamos do que está ao nosso redor, nossas pequenas ações podem mitigar grandes estragos.

E onde o móvel entra nesta estória? A começar pela própria palavra que significa algo inconstante, instável, variável, movente. Isto é, na teoria não é para ser para uma vida toda, mas será que é verdade? Quanto desapego houve quando pessoas, em tragédias, perderam seus móveis?

O móvel fala de nossas escolhas, baseadas em necessidades, gostos, contingências, sensações, isto é, o móvel fala sobre cada um, sobre cada família, fala de cultura, de desejo, de estilo, de costume, de sonho, de mentalidade e comportamento.

Portanto perder seus móveis é uma tragédia pessoal, é necessidade eminente e forçada de recomeço, virão novas escolhas certamente.

E recomeços são difíceis no geral. Surgirão muitos questionamentos tanto daquele que habita quanto daquele que fornece e atende à demanda e desejo. Assim, vamos abordar holisticamente a relação moradia, morador e fornecedor, focada principalmente no ser humano, naquele que pensa, sente e age. Naquele ser que deseja segurança, liberdade, paz, privacidade e conforto em sua casa.

Vamos iniciar entendendo que casa é porto seguro.

O quanto esta casa pode ser volátil? O que perder a casa impacta na alma?

A casa e tudo que nela contém faz parte de um momento na vida, às vezes por um curto espaço de tempo, outras vezes, vários anos, e estes momentos pequenos ou longos são sempre significativos, lembrando que na casa construímos nossa história e consequentemente memórias afetivas que serão levadas conosco por toda uma existência.

A casa e todo seu conteúdo impactam nossa alma, pois fazem parte de nós e a volatilidade de casa e sua mobília não combinam com a necessidade que temos de segurança.

Sim, casa é porto seguro, é onde somos livres para pensar, refletir e sonhar. E os móveis nos acolhem e aconchegam, nos permitem sonhar. E o conjunto casa e mobília moldam uma atmosfera de bem-estar, uma busca inerente de qualquer ser humano consciente.

E checar e avaliar como é ou como será o nosso mobiliário em tempos de efemeridade dada a globalização ou qualquer situação que nos imponha volatilidade é um grande desafio para o setor moveleiro, para os profissionais do ramo e para quem compra o móvel.

Estou aqui falando das pessoas comuns que precisam do mobiliário para se acalantar e tornar sua vida prática, tornando seus espaços fundidos à sua identidade momentânea, hedonista e fluida.

Falamos também da sociedade de consumo, que é seduzida pela estética, pelo passageiro, por nossa identidade momentânea que crê na mudança, que é certa, seja por condição econômica, familiar, cultural, situacional e ou tecido social.

E o mercado, ciente disto, busca oferecer este produto, se preocupando com a beleza e cadeia produ-

tiva ou vida de tal móvel, lembrando que nada pode sobreviver sem levar em consideração a sustentabilidade.

O quanto estamos projetando, fabricando móveis cuja embalagem é sedutora sem levar em conta o ser? São os novos tempos. O quanto estamos nos envolvendo com nosso mobiliário? Ou o quanto estamos nos adaptando a ele, enquanto tendência, imposição e beleza? O quanto estamos arrumando nossas casas para nós ou ela está nos “arrumando”?

Não acreditamos em móveis por móveis. Não acreditamos que aquilo que se adquire hoje não tenha a intenção de permanecer por um ciclo, por uma fase. Acreditamos no belo, no design, que é sedutor e convincente, acreditamos na estética do acabamento, do detalhe, cremos nas informações sutis que são captadas por nosso cérebro e que tornam os objetos significativos.

O móvel dialoga com o espaço e com a pessoa.
E enxergando o mobiliário sob uma ótica poética ou

filosófica é possível projetar melhor. Seja numa escala extremamente personalizada quanto em larga escala, basta observar o usuário.

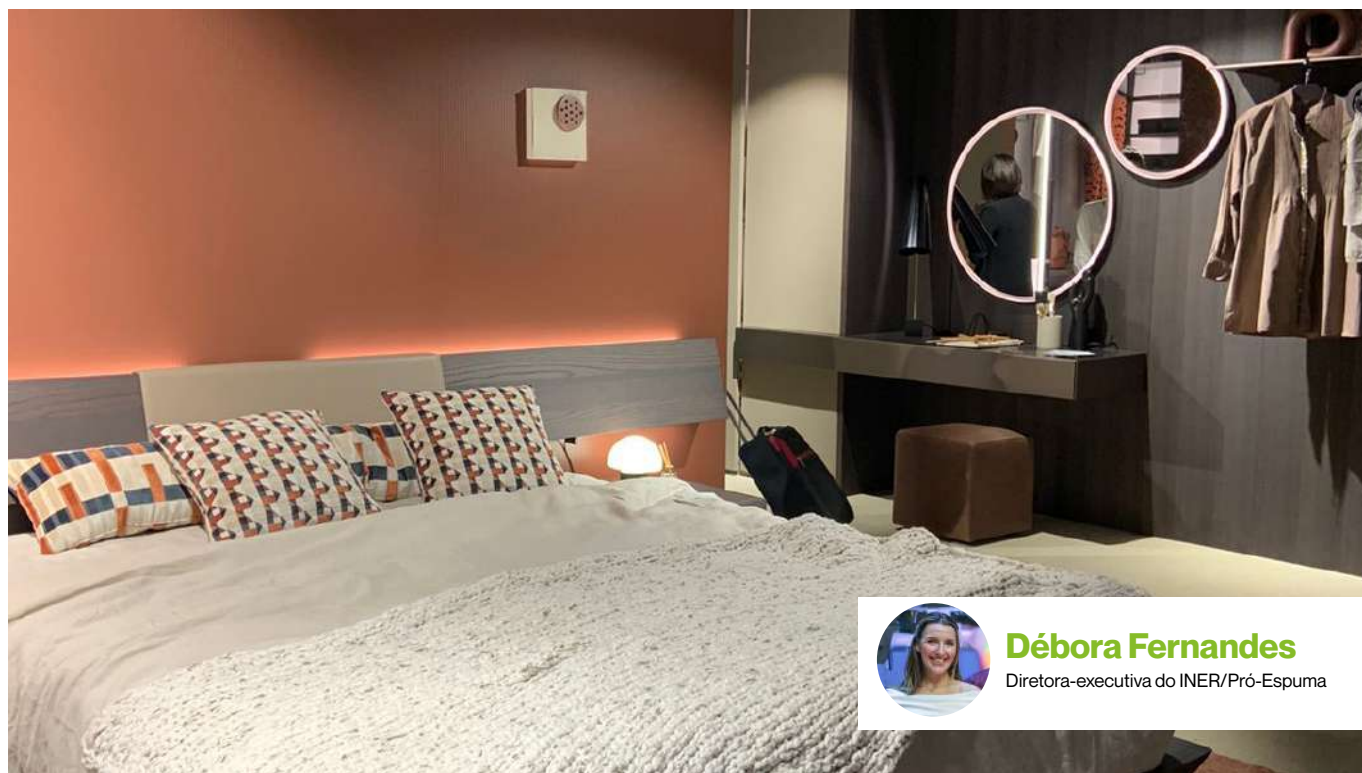
E nossa indústria moveleira brasileira está observando atentamente o comportamento da humanidade, onde o móvel pode ser objeto efêmero ou de desejo, pode ser uma necessidade, e está em constante mudança atendendo às diversas demandas. Para nós o móvel não atende mais a modismos, e sim o design que atende ao movimento, à uma orientação de comportamento e mentalidade particular e globalizada.



Elisa Mielke

MS Arquiteta



**Débora Fernandes**

Diretora-executiva do INER/Pró-Espuma

ARTIGO

Insights e Tendências do Maior Salão de Design e Mobiliário do Mundo

Este ano tive a oportunidade de visitar o tradicionalíssimo Salão de Móveis de Milão, na Itália, que chegou à sua 62ª edição e continua a ser o maior e mais importante evento de design do mundo. Com 172 mil metros quadrados de área de exposição, 1950 expositores de 35 países e um público de 370.824 visitantes, o evento deste ano superou expectativas, demonstrando um aumento significativo no número de presenças em comparação com anos anteriores.

Desde que assumi a direção executiva do INER/Pró-Espuma, venho fazendo uma imersão completa neste universo de colchões e matérias-primas, sempre com o olhar treinado em busca de tendências e inovação que possamos traduzir e aplicar na nossa indústria brasileira. Neste artigo, compartilho com vocês algumas lições que aprendi nesta experiência na capital mundial do design.

Insights para Novos Negócios

Estar atento às tendências permite insights valiosos

para novos negócios ou para lapidar os já existentes. As tendências observadas no Salão de Móveis de Milão podem guiar o planejamento estratégico de marcas, ajudando na criação de estratégias criativas, branding e ações de mercado.

1. Sustentabilidade e Materiais Naturais: a sustentabilidade continua a ser um tema central, com um foco renovado em materiais naturais. Isso se reflete na utilização de fibras de cânhamo em colchões e a ênfase na economia circular, destacando a importância de práticas ecologicamente corretas e a transparência no uso dos materiais e modos de produção.

2. Personalização e Conforto: cada vez mais os consumidores buscam soluções personalizadas e que atendam ao seu conforto. O destaque vai para as camas que parecem flutuar, iluminação no quarto fora do lugar comum (já pensou iluminar embaixo da sua cama?), e colchões personalizados que combinam várias camadas de espumas para proporcionar conforto personalizado e suporte médico, transfor-

mando o seu colchão em quase uma peça de lego!

3. Storytelling e Multimídia: o uso do storytelling e a diversificação multimídia são essenciais para engajar o público e chamar a atenção do seu consumidor no ponto de venda. Diferentes formas de exposição, como cadeiras “dissecadas” expostas na parede (quase como uma instalação de arte), tornam a experiência de compra mais envolvente e memorável.

4. A Arte em Tudo: aliás, a arte está presente em todos os aspectos do design. Desde a provocativa instalação “Interiors by David Lynch”, que propõe uma reflexão original sobre a produção de interiores e sua relação profunda com a interioridade do indivíduo, até o bordado dos tecidos que revestem os colchões e boxes, quase num manifesto pedindo para serem expostos e não recobertos pela sua roupa de cama... quase numa versão de “naked bed” (quem aí se lembra da febre dos “naked cakes”?).

5. Evolução e Inovação: a edição deste ano do Salão de Móveis de Milão foi definida por dois pilares principais: evolução e inovação. O tema “Where Design Evolves” capturou perfeitamente a essência do evento, onde a capacidade de análise, entusiasmo e curiosidade conduziram a uma interação e experimentação inovadoras por parte do público.

6. Inovação em Materiais: a inovação em materiais foi um dos destaques, com a utilização de extratos naturais como soja e coco em produtos como colchões. As soluções de armazenamento para espaços pequenos e a sofisticação nos detalhes também mostraram como a inovação pode melhorar a funcionalidade e a estética dos produtos.

7. IA e Sensorialidade: misturar a criatividade humana com o poder da inteligência artificial para criar experiências e visuais dinâmicos, explorando propriedades sensoriais, instigando a memória e as emoções para criar diferencial competitivo.

A imersão pelos corredores do Salão de Móveis de Milão 2024 reafirmou a importância de estar atento às tendências de design e inovação. A provocação que uma viagem em busca de tendências nos deixa é a vontade de continuar a explorar e a evoluir o nosso mercado, sempre com um olhar atento para as necessidades e desejos do nosso público.

A criatividade brasileira que nos convida à simplicidade de viver o presente

E foi com esse novo olhar que visitei, em São Paulo, a Casa Cor 2024. Com o mote “De presente, o agora”, a tradicional mostra de decoração e arquitetura em território nacional exalta a celebração do design e da criatividade brasileira, não deixando dúvidas que as soluções sustentáveis são pilares de sustentação nos projetos e que a natureza está cada vez mais invadindo os ambientes.

O conceito criativo do evento enfatiza o olhar para o Ser. Vivemos hoje no mundo em que o presente muitas vezes é atropelado pela velocidade das coisas e, o agora de Casa Cor nos convida a desacelerar nos encorajando a uma apreciação mais profunda dos espaços, das experiências cotidianas e da beleza que pode ser encontrada na simplicidade do agora, do presente.

Para marcas e profissionais da área, essas tendências oferecem uma rica fonte de inspiração e orientação para futuros projetos e estratégias de mercado. Lembre-se: o mundo nos traz inúmeras possibilidades para inovar, criar e renovar!



ARTIGO

Os benefícios da exportação e a importância da visão global do negócio: estudo de caso da P&P Móveis

Fundada em 1995, a P&P Móveis e Madeira começou suas atividades como uma confecção de materiais têxteis para móveis. Com o tempo, a empresa consolidou-se como um nome de destaque no setor, reconhecida por seu compromisso com qualidade, design sofisticado e sustentabilidade.

Ao longo de quase três décadas de atuação, a P&P conquistou um espaço sólido no mercado, ampliando sua presença não só no Brasil, mas também internacionalmente.

No início dos anos 2000, a P&P deu um passo crucial ao expandir suas operações para o mercado de móveis. A exportação para destinos estratégicos, como os Estados Unidos e a Europa, dois dos maiores mercados consumidores do mundo, foi uma iniciativa impulsionada pela crescente demanda por móveis de alta qualidade e design sustentável. Este movimento consolidou a P&P como uma marca glo-

bal de prestígio, atendendo consumidores exigentes em diversos continentes.

Um dos principais diferenciais da P&P é o uso do pinus como matéria-prima. Essa madeira é valorizada por sua durabilidade e versatilidade, além de ser uma escolha ecologicamente sustentável. Ao adotar o pinus, a P&P garante a alta qualidade de seus produtos e reafirma seu compromisso com a preservação ambiental, utilizando práticas de manejo sustentável para garantir recursos naturais para as futuras gerações.

A P&P Móveis e Madeira permanece uma empresa familiar, o que proporciona um ambiente de trabalho colaborativo e acolhedor. Os valores tradicionais, como respeito, confiança e inovação, são fundamentais na cultura organizacional da empresa e se refletem na qualidade dos produtos e no atendimento personalizado oferecido aos clientes.



Podemos enumerar algumas vantagens da Exportação como:

- **Diversificação de Mercados:** Atuar em diferentes mercados internacionais dilui riscos e aproveita oportunidades em regiões diversas, especialmente durante crises no mercado interno.
- **Fortalecimento da Marca:** Presença internacional, especialmente em mercados como Estados Unidos e Europa, aumenta a visibilidade e abre portas para novas oportunidades de negócios.
- **Estabilidade:** Atuar globalmente garante um fluxo de vendas mais estável, diminuindo a dependência de uma única economia.
- **Menor Inadimplência:** O comércio internacional costuma envolver garantias que reduzem o risco de inadimplência em comparação ao mercado interno.

Por outro lado, exportar traz alguns desafios, como:

- **Variação Cambial:** As flutuações nas taxas de câmbio podem impactar os lucros, exigindo uma gestão cuidadosa dos riscos financeiros.
- **Barreiras Comerciais:** Tarifas, impostos e regulamentos comerciais podem dificultar a entrada em novos mercados e aumentar custos operacionais.
- **Regulamentações Específicas:** Cada país tem normas e regulamentações próprias, o que exige adaptações nos produtos, embalagens e processos.
- **Logística:** Gerenciar a logística global envolve desafios como custos, tempo de entrega e possíveis atrasos no transporte.

Para garantir sucesso e crescimento sustentável, a empresa precisa equilibrar estratégia de longo prazo e necessidades operacionais imediatas. As decisões estratégicas envolvem inovação, posicionamento de mercado e expansão, enquanto as necessidades focam em questões logísticas, financeiras e operacionais diárias.

Empresas que alinham essas duas dimensões são mais bem-sucedidas em adaptar-se a mudanças no mercado sem perder de vista seus objetivos de longo prazo.

No caso específico da P&P, a decisão de adquirir uma serraria foi um divisor de águas em sua história. Essa escolha estratégica permitiu à empresa assumir o controle total sobre a produção de madeira, um recurso essencial para seus móveis. Isso elevou a qualidade, eficiência e competitividade da P&P.

Com a serraria, a P&P passou a controlar todas as etapas produtivas, desde a matéria-prima até o produto final. Isso reduziu a dependência de fornecedores, otimizou custos e prazos, além de garantir total controle sobre a qualidade da madeira utilizada. O controle direto sobre a produção de madeira permitiu aprimorar seus padrões de qualidade. A seleção rigorosa das madeiras utilizadas garantiu maior durabilidade e acabamento superior aos móveis, reforçando a credibilidade da marca no mercado internacional.

A integração da serraria fortaleceu a cadeia de suprimentos da empresa. A gestão eficiente da produção garantiu estabilidade mesmo em momentos de crise no fornecimento de matérias-primas, permitindo uma resposta ágil às mudanças na demanda.

Além disso, o controle eficiente dos resíduos e seu aproveitamento integral não apenas demonstram o compromisso da P&P com a sustentabilidade, mas também colocam a empresa em uma posição de liderança no setor em termos de responsabilidade ambiental. A capacidade de transformar resíduos, que anteriormente poderiam ser descartados, em insumos valiosos para outras indústrias, como as de MDF e papel e celulose, destaca a adoção de uma abordagem de economia circular.

Essa prática não apenas gera receita adicional, mas também reduz significativamente o impacto ambiental, diminuindo a necessidade de extração de novos recursos naturais e minimizando o volume de resíduos destinados a aterros ou descartes inadequados.

Essa verticalização posicionou a P&P como referência em qualidade e sustentabilidade. Ao controlar todo o ciclo produtivo, a empresa construiu uma imagem sólida e confiável, tanto no Brasil quanto no exterior.

Como avaliar seus pontos fortes e explorá-los

Para garantir o crescimento contínuo de uma empresa, algumas perguntas fundamentais precisam ser consideradas para alinhar as decisões estratégicas com as capacidades atuais da organização:

Identificar as principais forças e competências da empresa é essencial. Qualidade do produto, sustentabilidade, inovação no design, ou atendimento ao cliente podem ser fatores que diferenciam a organização no mercado.

Compreender e fortalecer esses diferenciais competitivos ajuda a empresa a manter sua relevância e a expandir suas operações de maneira eficaz.

Compreender a capacidade produtiva da empresa é crucial para equilibrar a oferta e demanda. Expansões ou aumentos de produção devem ser cuidadosamente planejados para não comprometer a qualidade ou a eficiência. O foco deve estar na otimização de recursos e na capacidade de atender às demandas do mercado, seja ele interno ou externo.

O posicionamento de mercado é fundamental. A empresa precisa definir claramente os valores que deseja comunicar, como tradição, inovação, sustentabilidade ou excelência. Essa mensagem deve ser consistente e direcionada para os diferentes públicos-alvo, tanto no mercado interno quanto no externo, garantindo uma comunicação eficaz e ali-

nhada com a estratégia de crescimento.

Alinhar as respostas a essas perguntas com as capacidades reais da organização permite que a empresa cresça de forma sustentável, fortalecendo sua posição no mercado e garantindo que seus valores e objetivos estratégicos estejam em sintonia com sua operação.



Fabiana Castagna

Diretora Comercial



ARTIGO

Como a indústria moveleira brasileira pode vender na Amazon EUA de forma rápida e simplificada

A indústria moveleira brasileira é mundialmente reconhecida pela qualidade e sustentabilidade de seus produtos. No entanto, muitos fabricantes ainda encontram desafios para acessar mercados internacionais, especialmente o dos Estados Unidos, que é altamente competitivo e possui exigências regulatórias específicas. Este e-book mostra como a Regnum pode conectar a indústria moveleira brasileira ao vasto mercado consumidor dos EUA através da Amazon, de maneira rápida, simplificada e com custos menores que os métodos tradicionais de exportação.

Capítulo 1: Oportunidades no Mercado Americano de Móveis

1.1 Panorama do Mercado

Os Estados Unidos representam um dos maiores mercados de móveis do mundo. A demanda é impul-

sionada por fatores como crescimento populacional, renovação periódica de móveis e um interesse crescente por produtos sustentáveis e de design diferenciado. Isso cria uma grande oportunidade para fabricantes brasileiros que desejam se destacar com produtos de alta qualidade e apelo estético.

1.2 Vantagens de Vender na Amazon EUA

A Amazon é a maior plataforma de e-commerce dos EUA, com milhões de clientes e uma infraestrutura robusta que facilita o acesso ao mercado americano. Vantagens:

- **Acesso a Milhões de Clientes:** A Amazon oferece uma base de consumidores confiantes e habituados a comprar na plataforma.
- **Infraestrutura Logística:** Com programas como Fulfillment by Amazon (FBA), as empresas podem armazenar e distribuir seus produtos de maneira eficiente.



- **Ferramentas de Marketing e Análise:** Permite acompanhar o desempenho de vendas e ajustar as estratégias para maximizar resultados.

1.3 Desafios Atuais para Fabricantes Brasileiros
Apesar das oportunidades, há desafios, como a conformidade com as regulamentações locais, custos logísticos elevados e a necessidade de entender as preferências do consumidor americano.

Capítulo 2: Quem é a Regnum

A Regnum é uma empresa especializada em soluções logísticas e comerciais para facilitar a entrada de empresas brasileiras no mercado americano. Com vasta experiência, a Regnum oferece suporte em todas as etapas do processo, desde o cumprimento das normas aduaneiras até a entrega ao consumidor final.

Missão e Valores

A missão da Regnum é simplificar a internacionalização, permitindo que as empresas brasileiras se concentrem no que fazem de melhor: criar produtos de qualidade e design. Seus valores incluem:

- **Excelência:** Padrões elevados em cada etapa.
- **Transparência:** Comunicação aberta e clara.
- **Foco no Cliente:** Personalização e suporte contínuo.

Capítulo 3: Soluções Oferecidas pela Regnum

3.1 Logística e Armazenagem

Centros de distribuição nos EUA permitem rapidez e controle de estoque, garantindo entregas eficientes.

3.2 Processamento de Pedidos

A Regnum sincroniza automaticamente os pedidos recebidos, prepara e embala conforme as exigências da Amazon, garantindo a integridade dos produtos.

3.3 Atendimento ao Cliente

Suporte bilíngue (inglês e português), gestão de devoluções e trocas conforme as políticas da Amazon, oferecendo uma experiência de alta qualidade ao consumidor.

3.4 Marketing e Vendas

Criação de descrições atraentes, imagens de alta qualidade e campanhas promocionais que aumentam a visibilidade dos produtos na Amazon.

Capítulo 4: Passo a Passo para Iniciar as Vendas na Amazon EUA

1. **Análise de Viabilidade:** Avaliação do potencial dos produtos no mercado americano.
2. **Preparação dos Produtos:** Conformidade de embalagens e certificações necessárias.
3. **Configuração de Conta na Amazon:** Assistência no cadastro e configuração de pagamentos.
4. **Integração com a Regnum:** Sincronização de sistemas e suporte contínuo.
5. **Lançamento e Monitoramento:** Publicação de produtos e acompanhamento de desempenho.

Capítulo 5: Benefícios de Trabalhar com a Regnum

- **Redução de Custos:** Economia em infraestrutura e logística.
- **Rapidez no Mercado:** Processos ágeis e suporte contínuo.
- **Simplificação de Processos:** Gestão integrada e otimização contínua.
- **Menor Risco:** Orientação para minimizar problemas e assegurar a conformidade com as normas locais.

Conclusão

A internacionalização é essencial para empresas que desejam crescer. A Regnum oferece um suporte completo para vender na Amazon EUA, transformando um processo complexo em algo acessível e eficiente. Com a Regnum, empresas brasileiras podem expandir sua atuação global e alcançar novos patamares de sucesso.

Próximos Passos

Entre em contato pelo site: www.regnumserv.com/pt ou pelo e-mail: victor@regnumventures.com para saber como a Regnum pode ajudar a sua empresa a crescer nos Estados Unidos.



Victor Bueri

Fundador da Regnum, plataforma de internacionalização de bens de consumo



Patrícia Amaral

ARTIGO

Como Expandir os Negócios nos EUA e Europa

Introdução: A Oportunidade de Expansão nos Mercados dos EUA e Europa.

A expansão internacional é uma das principais metas para empresas que desejam crescer de forma sustentável e diversificar suas fontes de receita. Tanto os Estados Unidos quanto a Europa oferecem mercados vastos, com economias dinâmicas e oportunidades em setores diversos. No entanto, para ter sucesso nesses mercados, é necessário muito mais do que apenas exportar produtos ou participar de eventos internacionais. A internacionalização exige uma estratégia robusta, adaptada às realidades culturais, regulatórias e de mercado de cada região.

Nos **Estados Unidos**, o mercado é altamente competitivo e inovador, com consumidores exigentes e uma vasta rede de parceiros e fornecedores. Empresas que conseguem adaptar seus modelos de negócio e oferecer produtos diferenciados podem alcançar grandes resultados. Além disso, o ambiente de negócios nos EUA é considerado um dos mais amigáveis do mundo, com incentivos governamentais para atrair investimentos estrangeiros.

Já a **Europa** é um mercado fragmentado, composto por diferentes culturas, línguas e regulamentações. No entanto, ao mesmo tempo, oferece uma incrível diversidade de oportunidades em uma ampla gama de setores, desde tecnologia até bens de consumo. A presença de blocos econômicos, como a União Europeia, facilita o comércio entre países, mas também impõe requisitos rigorosos que devem ser cumpridos pelas empresas que desejam se expandir.

Ao longo deste documento, exploraremos como sua empresa pode se preparar e executar uma estratégia eficaz de internacionalização, abordando os principais desafios e oportunidades para expandir nos EUA e Europa.

Ecosystemas em Movimento

Como primeiro passo, é essencial adotar uma mentalidade de valorização e compromisso com o ecossistema empresarial local. Empresas do Paraná, como as de Curitiba, já não competem apenas entre si. A competição moderna ocorre entre ecossistemas, sejam eles nacionais ou internacionais. Isso significa que todas as empresas fazem parte do mesmo "time" no fortalecimento econômico da indústria e da economia, incluindo a concorrência direta.

Na internacionalização, investir em **networking** e no ecossistema é fundamental. Estar devidamente

conectado com os principais atores da sua cadeia de valor, como concorrentes, fornecedores, clientes, universidades, governos, startups, associações, grêmios e clusters, é crucial. O ecossistema deve estar em constante movimento para melhorar e proteger seu posicionamento.

A **BIG** (Boston Innovation Gateway) colabora com mais de 27 ecossistemas distribuídos globalmente, acelerando significativamente os projetos de internacionalização.

O que Não é Internacionalização

É importante esclarecer que **internacionalização** não se resume em participar de feiras internacionais ou ter um contato ocasional em outro país que possa gerar um cliente aleatório. Essas atividades podem ser parte do processo, como **benchmarking**, prospecção ou vendas esporádicas, mas não constituem internacionalização em si.

Internacionalizar é muito mais do que realizar uma venda internacional. Trata-se de enraizar sua empresa ou núcleo de negócios em um novo mercado e criar fontes de receita sustentáveis e recorrentes.

Perfil Ideal para Internacionalizar

O processo de internacionalização deve partir da **visão do CEO**. Mesmo que o departamento de exportação ou consultorias externas desenhem um projeto promissor, se ele não estiver alinhado com a visão do CEO, o projeto tende a fracassar.

O CEO é responsável por definir os desafios, mapear a capacidade de entrega e decidir até onde deseja expandir, além de identificar o tipo de valor que quer gerar. Ele também precisa determinar quanto está disposto a investir. Esse compromisso deve ser validado para garantir o sucesso da expansão.

O conceito de **vantagem competitiva transitória** é relevante aqui. Ele sugere que praticamente qualquer recurso ou capacidade da empresa pode ser temporário. Isso significa que a empresa precisa continuar crescendo para evitar o risco de falência ou ameaças externas.

Refinando Objetivos

Existem duas maneiras principais de internacionalizar: comprar algo pronto ou construir. Se o objetivo

é construir a médio ou longo prazo, o momento de começar é agora. Perguntas importantes a serem feitas incluem:

- Quanto quero aumentar meu faturamento?
- Em quanto tempo?
- Quanto posso investir? (considerando que o investimento mínimo recomendado é entre 10% e 100%).

Devemos estabelecer objetivos quantitativos e qualitativos, com uma visão global ou local. Fatores que influenciam a decisão de internacionalizar incluem pressão dos sócios, a necessidade de aumentar o faturamento ou o declínio da demanda interna. Quanto mais refinados forem os objetivos, mais próxima estará a sua realização. Muitas empresas, ao conquistar apenas três novos clientes, já superam sua capacidade.

Identificar Onde Atuar (Where to Play)

Avaliar o mercado-alvo é um passo fundamental:

- Qual é a cota de mercado existente?
- É fácil ou difícil entrar?
- Há muita concorrência?
- É um mercado rentável?
- Quantos clientes são necessários?

A diferenciação é sempre enfatizada na internacionalização. Muitas empresas investem na melhoria de seus produtos, o que é válido, mas pode-se ir além, identificando onde estão os **“oceanos azuis”** — mercados pouco explorados e com alto potencial de crescimento.

Identificar Como Vencer (How to Win)

Antes de definir o plano de atuação, é necessário estudar todas as variáveis com paciência. Existem várias teorias e metodologias que podem auxiliar nesse processo, como **design thinking** e a **teoria dos jogos**. O objetivo é desenvolver cenários de **ganha-ganha**, onde todas as partes envolvidas saem beneficiadas. Esse é o segredo para garantir um posicionamento sustentável a longo prazo.

Go to Market

Após identificar a melhor estratégia para vencer, é

hora de realizar **testes rápidos** e aceitar o fracasso inicial. É normal que algumas tentativas falhem antes de encontrar o caminho certo.

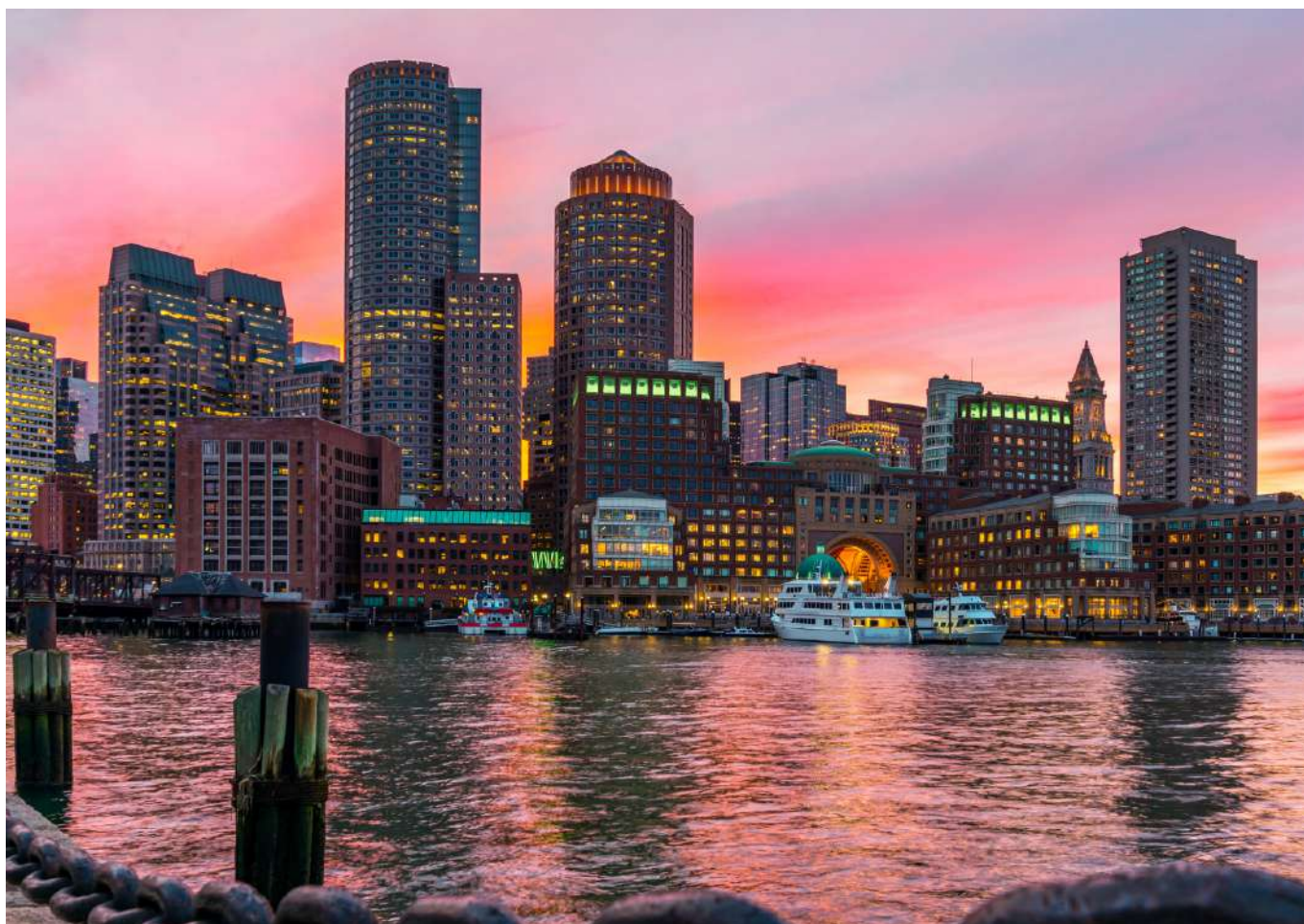
Permitir esses fracassos no início do projeto protege recursos e pessoas, já que o impacto é menor.

Com base nesses testes, será possível identificar o melhor caminho, e só então iniciar as vendas intensivas.

Primeiro Passo

Muitas empresas têm acesso a uma série de instituições, tanto públicas quanto privadas, que oferecem suporte nos primeiros passos da internacionalização. Isso inclui desde reuniões gratuitas com diretores e representantes de mercados até programas com métricas que garantem resultados significativos.

Sua empresa já possui acesso a essas ferramentas — basta iniciar o processo.





Soluções técnicas modernas que respeitam os limites da natureza

A Tiny Teke® é a marca de iniciativas únicas empreendidas pela AEF Construções Modulares e GEO Tibagi Consultoria Ambiental, empresas que utilizam tecnologias sustentáveis para a inserção de tiny houses “casas nômades” em contextos ambientais sensíveis e especiais.

Os projetos implantados pela Tiny Teke® respeitam os limites da natureza e a paisagem, buscando soluções técnicas modernas para cada contexto ambiental.

Tradicionalmente, a construção civil demanda obras de terraplanagem, gerando canteiros de obras onde são comuns os cenários de desperdício de materiais e impactos sobre o meio ambiente. Tais impactos já são largamente conhecidos e publicados por órgãos nacionais e internacionais que suportam e estudam as atividades construtivas, tais como o BNDS e ONU.

“Lançado na última rodada de negociações climáticas no Egito, na COP27, o [Relatório de Status Global de Edificação e Construção de 2022](#) conclui que o setor foi responsável por mais de 34% da demanda de energia e cerca de 37% das emissões de

CO2 relacionadas a energia e processos em 2021.”

[Fonte](#)

O conceito criado pela Geo e AEF definiu um novo modelo de ocupação de terrenos rurais e urbanos. As empresas aplicam princípios do minimalismo e da racionalidade para a criação de espaços modulares únicos, conhecidas no Brasil e exterior como “tiny houses”, construções móveis e altamente funcionais com metragem inferior a 36 metros quadrados.

A AEF desenvolve projetos e executa construções “off site” em ambiente industrial controlado. As tiny houses são transportadas prontas e mobiliadas para o local de instalação. Por isso, são chamadas de “casas nômades” pelas empresas.

Os materiais utilizados primam pela redução de perdas e impactos ambientais, possibilitando também fácil reparação no caso de danos pelo transporte ou desgastes pela exposição em áreas naturais isoladas.

Tendo realizado estudos em todos os biomas brasileiros desde 1994, a Geo Tibagi realiza análises de

contexto ambiental nos terrenos onde serão inseridas as casas nômades produzidas.

O ambiente de inserção da tiny houses é rigorosamente planejado para que as instalações ocorram com máxima celeridade e mínimo impacto. Em muitos casos, as casas nômades são instaladas em menos de 6 horas e estão aptas ao uso imediato.

Assim, em casos de investimentos destinados ao turismo ocorre a imediata rentabilização do empreendimento. No caso de uso estritamente familiar evitam-se os conhecidos desgastes com erros construtivos e perdas financeiras por desperdícios.

As empresas que desenvolvem esses novos padrões de construção e de uso do solo têm uma visão de futuro que reconhece as urgentes demandas pela redução dos impactos ambientais decorrentes da construção civil convencional.

Nesse contexto, a Tiny Teke® Casas Nômades oferece não apenas um conceito alternativo, mas so-

luções práticas já validadas na realidade, demonstrando que a redução de impactos e da pegada de carbono produzidas por atividades construtivas podem ser encaradas com tecnologia e design.

Este movimento em direção à sustentabilidade demanda também a aceitação de novos conceitos e estilos de vida pelos consumidores e clientes, capazes de transformar os padrões de consumo e de interação com a natureza.



Euclides “Tom” Grando

Sócio Gerente da Geo Tibagi
Consultoria Ambiental



A importância de olhar para o futuro



Grandes transformações e incertezas marcam a dinâmica atual da sociedade, impactando diretamente as relações pessoais, empresariais e institucionais. Impulsionadas por fatores tecnológicos, sociais e ambientais, as mudanças constantes exigem preparação e resiliência para que seja possível navegar com sucesso nesse cenário. No contexto industrial, essas mudanças podem aumentar a incerteza e impactar a competitividade do setor produtivo, demandando a adoção de novas estratégias de atuação.

O desenvolvimento da capacidade e da cultura de “olhar para o futuro” torna-se essencial para antecipar tendências, mitigar riscos e aproveitar novas oportunidades. Com isso, essa habilidade deixa de ser apenas uma opção e se transforma em uma estratégia de competitividade. E no contexto nacional e internacional, alguns temas vêm ganhando destaque e podem orientar essa preparação.

A digitalização e a automação, por exemplo, estão transformando os ambientes de trabalho, a comunicação e a vida das pessoas. As indústrias estão adotando tecnologias como inteligência artificial, robótica, internet das coisas e análise de dados para aumentar a eficiência, melhorar a qualidade dos pro-

duto e serviços e aproveitar novas oportunidades de negócios. No entanto, esses avanços tecnológicos e digitais também geram novos desafios, como questões de privacidade, segurança de dados, além da necessidade de novas habilidades e treinamento.

No âmbito social observam-se desafios e oportunidades relacionados ao envelhecimento populacional, aos fluxos migratórios, à urbanização, à intergeracionalidade no ambiente de trabalho e às mudanças nos padrões de saúde da população. Para as empresas, esses aspectos demandam ambientes mais diversos, inclusivos e com propósito, bem como podem impulsionar o desenvolvimento de novos produtos e serviços para atender às necessidades apresentadas por esse novo cenário. Temáticas ambientais, como mudanças climáticas, descarbonização e sustentabilidade, emergem como prioridade no cenário global. A crescente consciência ambiental e preocupação com mudanças climáticas está desafiando a indústria a usar os recursos de maneira mais eficiente e a desenvolver produtos e serviços que tenham um impacto ambiental mínimo. Redução das emissões de gases de efeito estufa, utilização de energia renováveis e reutilização de materiais são alguns exemplos de ações que podem ser

aplicadas pelas empresas.

O processo de identificação e preparação para futuros possíveis é auxiliado por uma variedade de metodologias que, em geral, envolvem a análise de tendências e a construção de múltiplos cenários para antever mudanças e orientar a tomada de decisão. Entre os principais métodos, abordagens e técnicas utilizadas para explorar e prever possíveis futuros destacam-se:

Prospectiva Estratégica: abordagem metodológica que visa compreender melhor o ambiente e suas inter-relações, identificando comportamentos estruturais, rupturas e discontinuidades para vislumbrar futuros possíveis para a tomada de decisão.

Planejamento Estratégico Prospectivo: abordagem que combina o planejamento estratégico tradicional com técnicas de prospectiva para auxiliar as organizações a se prepararem para o futuro. Ele envolve a identificação de tendências futuras, a análise de suas implicações e a formulação de estratégias.

Análise SWOT: ferramenta gerencial utilizada para analisar o ambiente interno e externo de uma organização, auxiliando na identificação de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças em relação ao futuro. Cenários: envolve a criação de narrativas detalhadas sobre diferentes futuros possíveis, com base em uma variedade de fatores e incertezas.

Reflexões sobre Tendências: envolve a identificação e análise de tendências e a reflexão sobre como podem impactar o território, o setor ou a organização.

Modelagem e Simulação: utiliza modelos matemáticos e computacionais para simular possíveis futuros, com base em diferentes conjuntos de suposições e variáveis.

Roadmapping: ferramenta estratégica usada para planejar e comunicar a direção futura de um território, setor, organização, produto ou tecnologia. Fornece um mapa visual dos direcionadores de longo prazo e as principais estratégias para alcançá-los.

Pensar a longo prazo e refletir sobre o futuro torna-se um processo fundamental para que organizações sejam cada vez mais proativas, preparando-se para o futuro em vez de apenas reagir ao presente.

Com essas práticas as empresas conseguem ser mais resilientes diante de adversidades, tomar decisões mais assertivas, exercitar o pensamento cria-

tivo, e inovar em seus produtos e processos, possibilitando a adoção de estratégias mais robustas e sustentáveis diante de um mundo complexo, incerto e ambíguo.



Laila Del Bem Seleme Wildauer

Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e Coordenadora de Prospectiva e Planejamento do Observatório Sistema Fiep desde 2008.



Maicon Gonçalves Silva

Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Sustentabilidade Ambiental Urbana da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Pesquisador no Observatório Sistema Fiep.





Parceiros

Empregabilidade e inclusão



Com Programa Indústria Acolhedora, Sistema Fiep se torna elo entre pessoas migrantes e indústrias

Para atender a demanda da indústria do Paraná nos próximos três anos, será necessário qualificar 1,1 milhão profissionais entre 2025 e 2027, segundo o Mapa do Trabalho Industrial, levantado pelo Observatório Nacional da Indústria (ONI) da Confederação Nacional da Indústria (CNI). O número contempla a necessidade de formação de 170,1 mil novos profissionais e de requalificação de 920,4 mil que já estão no mercado.

A empregabilidade é um dos principais desafios que o setor industrial paranaense enfrenta para sustentar sua evolução. “A indústria do nosso estado cresce acima da média nacional e tem potencial para se desenvolver muito mais, mas precisa de profissionais capacitados para acompanhar os avanços tecnológicos e ocupar os milhares de postos de trabalho que são abertos pelas empresas”, afirma o presidente do Sistema Federação das Indústrias do Paraná (Fiep), Edson Vasconcelos.

Para atender à demanda urgente da indústria, o Sistema Fiep tem pensado em soluções que vão além da oferta cursos de qualificação profissional em diversas áreas para contribuir com o aumento da produtividade das indústrias, como o programa Indústria Acolhedora.

Conheça o Indústria Acolhedora

O Paraná é o segundo estado que mais recebe migrantes e refugiados no Brasil provenientes principalmente da Venezuela, Haiti, Síria e Afeganistão. Desde abril de 2018, recebeu cerca de 26 mil refu-

giados interiorizados pelo governo federal e Curitiba lidera a lista de cidades brasileiras com o maior número de pessoas interiorizadas. No estado, mais de 39 mil venezuelanos estão inscritos no CadÚnico.

O Indústria Acolhedora, promovido pelo Sistema Fiep por meio do Sesi Paraná, é uma iniciativa que visa a integração de pessoas migrantes e refugiadas na indústria, por meio da capacitação e inclusão no ambiente de trabalho.

O programa atua como um facilitador na ligação entre pessoas migrantes em busca de oportunidades de emprego e as empresas que desejam diversificar suas equipes e aproveitar o potencial desses talentos.

Isso, por meio das expertises das diferentes casas do Sistema Fiep: o Senai qualificando os profissionais, o Sesi, tratando de questões sociocomportamentais junto aos migrantes, bem como preparando as indústrias que irão recebê-los, o IEL trabalhando com líderes, e a FIEP os conectando, promovendo a articulação entre parceiros. O programa busca promover a multiculturalidade e a inclusão social e econômica de migrantes e refugiados, contribuindo para um ambiente de trabalho mais diversificado, inovador e acolhedor.

Lançado em junho deste ano, o Indústria Acolhedora já realizou ações em parceria com diversas empresas, como GTFoods, BRF e Indústrias FIASUL e já impactou 102 indústrias e 317 participantes em eventos que discutem desafios e soluções para uma integração eficiente de pessoas migrantes na indústria paranaense. Além disso, parcerias com a Organização Internacional para Migrações (OIM) e outras entidades reforçam a credibilidade e o alcance da iniciativa.

O Programa Indústria Acolhedora representa um avanço significativo para a inserção social e econômica de pessoas migrantes no Paraná. Ao alinhar-se aos ODS 4 e ODS 8, não só fortalece a economia local, mas também promove uma sociedade mais justa e inclusiva. Por meio da educação e do trabalho decente, o Sesi Paraná reforça seu compromisso com o desenvolvimento humano e com a construção de um futuro mais equitativo para todos.

Para saber mais sobre o programa entre em contato pelo e-mail para parceriasinstitucionais@sistema-fiep.org.br.



Descubra como o Instituto Senai de Tecnologia em Madeira e Mobiliário pode ajudar a sua indústria

Com infraestrutura de ponta e serviços especializados, o IST Madeira e Mobiliário impulsiona o setor com soluções inovadoras para empresas de todos os portes

O Instituto Senai de Tecnologia em Madeira e Mobiliário se destaca como um verdadeiro parceiro das indústrias brasileiras, oferecendo soluções tecnológicas e suporte técnico especializado para empresas que buscam inovação, eficiência e competitividade. Localizado em uma moderna estrutura equipada com laboratórios de última geração e um corpo técnico altamente qualificado, o IST está preparado para atender desde pequenas marcenarias até grandes fabricantes de móveis e produtos em madeira.

Uma das maiores vantagens do IST é a variedade de serviços técnicos e consultorias que vão desde o desenvolvimento de novos produtos até a otimização de processos produtivos. Com o uso de tecnologias avançadas e metodologias atualizadas, o instituto auxilia na criação de móveis ergonômicos e sustentáveis, orientando a escolha de materiais e garantindo

padrões elevados de qualidade. Além disso, o instituto realiza ensaios laboratoriais que testam a resistência, durabilidade e segurança dos produtos, assegurando que eles atendam às normas de segurança e qualidade, tanto nacionais quanto internacionais.

Além disso, o instituto promove cursos e treinamentos práticos para aprimorar o conhecimento técnico dos profissionais da indústria, abordando desde o manuseio de maquinário até o uso de softwares de design 3D e automação industrial. Com isso, as empresas podem não só melhorar a produtividade de suas equipes como também manter-se à frente das inovações tecnológicas do setor.

Combinando experiência, infraestrutura de ponta e soluções sob medida, o Instituto Senai de Tecnologia em Madeira e Mobiliário é a escolha certa para empresários que buscam excelência e inovação. Seja para desenvolver um novo produto, aprimorar o processo produtivo ou qualificar a equipe.

O uso da tecnologia na indústria moveleira

A indústria moveleira brasileira vem se transformando ao longo dos anos, impulsionada por inovações tecnológicas e novas demandas sociais. Em um cenário de constantes mudanças, o XI Congresso Nacional Moveleiro abordou um tema de extrema relevância para o setor: “O Olhar da Movelaria Brasileira na Reconstrução das Vidas e da Economia em Regiões Atingidas por Catástrofes”.

A conexão entre a tecnologia e a reconstrução vai muito além da simples recuperação de infraestruturas. Ela se torna fundamental na criação de soluções sustentáveis, na otimização de processos produtivos e, principalmente, no engajamento da cadeia produtiva para o desenvolvimento de novas abordagens.

Um exemplo claro de como a tecnologia pode fazer a diferença em grandes eventos e na interação entre os atores desse setor é o uso de plataformas digitais, como as oferecidas pela Yazo, que vêm revolucionando o modo como os eventos corporativos são realizados e como as empresas se conectam com seus públicos.

O papel da Yazo na transformação digital de eventos

Os organizadores de eventos corporativos enfrentam uma série de desafios para garantir que patrocinadores e participantes obtenham valor nas interações que acontecem durante o evento. Há perguntas constantes sobre como engajar o público, como conectar os participantes certos às marcas certas e como garantir engajamento e resultado para todos os envolvidos.

A Yazo surge como uma solução tecnológica que aborda todos esses desafios de maneira integrada. A empresa oferece um aplicativo para eventos, com funcionalidades que vão desde a criação de uma timeline em formato de rede social até uma agenda dinâmica, mapa interativo entre outros. Isso permite que os participantes tenham todas as informações do evento literalmente na palma de suas mãos, facilitando o acesso a palestras, painéis e outras atividades em tempo real.

O XI Congresso Nacional Moveleiro utiliza nossas soluções para fornecer informações aos participantes, promover networking e implementar gamificação, valorizando as marcas parceiras do evento. No total, foram 553 participantes e 340 usuários no app, interagindo ativamente com mais de 3000 trocas de contato, 1700 interações nas publicações e 2792 leads, gerando visibilidade e rentabilidade para as empresas envolvidas, o que fortalece o impacto e a relevância do congresso no setor moveleiro.

Tecnologia como catalisadora de mudanças no setor

A tecnologia não é apenas um apoio logístico para eventos, mas também uma alavanca para inovação no próprio setor moveleiro. Durante o Congresso, um dos principais pontos de discussão será como a indústria pode utilizar novas tecnologias e o papel social do setor.

A aplicação de tecnologias modernas, como o uso de materiais sustentáveis, processos de manufatura avançada pode acelerar a recuperação de comunidades afetadas. Além disso, a utilização de tecnologias verdes, que minimizam o impacto ambiental, torna-se cada vez mais uma necessidade para um setor que busca equilibrar o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental.

No congresso, um dos momentos esperados será o concurso para estudantes, que desafiará jovens talentos a propor soluções inovadoras para a reconstrução de regiões atingidas por desastres. Este tipo de iniciativa não só promove o uso criativo da tecnologia, mas também estimula a formação de uma nova geração de profissionais comprometidos com a responsabilidade social e ambiental.

Responsabilidade social e sustentabilidade

A responsabilidade social será um tema central no congresso, refletindo uma tendência crescente no setor moveleiro e em diversas outras indústrias. Os desastres naturais e suas consequências têm mos-

trado que o setor produtivo precisa assumir uma postura mais ativa na reconstrução das comunidades afetadas, não apenas como uma questão humanitária, mas também como uma oportunidade para promover a inovação sustentável e rentável.

A tecnologia, nesse sentido, torna-se uma ferramenta poderosa para desenvolver soluções mais rápidas, eficientes e sustentáveis. A integração de tecnologias de gestão inteligente, como sistemas de planejamento e controle de produção, pode ajudar as empresas a otimizar seus processos e reduzir desperdícios, contribuindo para a sustentabilidade do setor. Além disso, a incorporação de soluções tecnológicas voltadas para a logística e o transporte de móveis, especialmente em emergências, pode acelerar a entrega de produtos em áreas afetadas.

Reconstrução

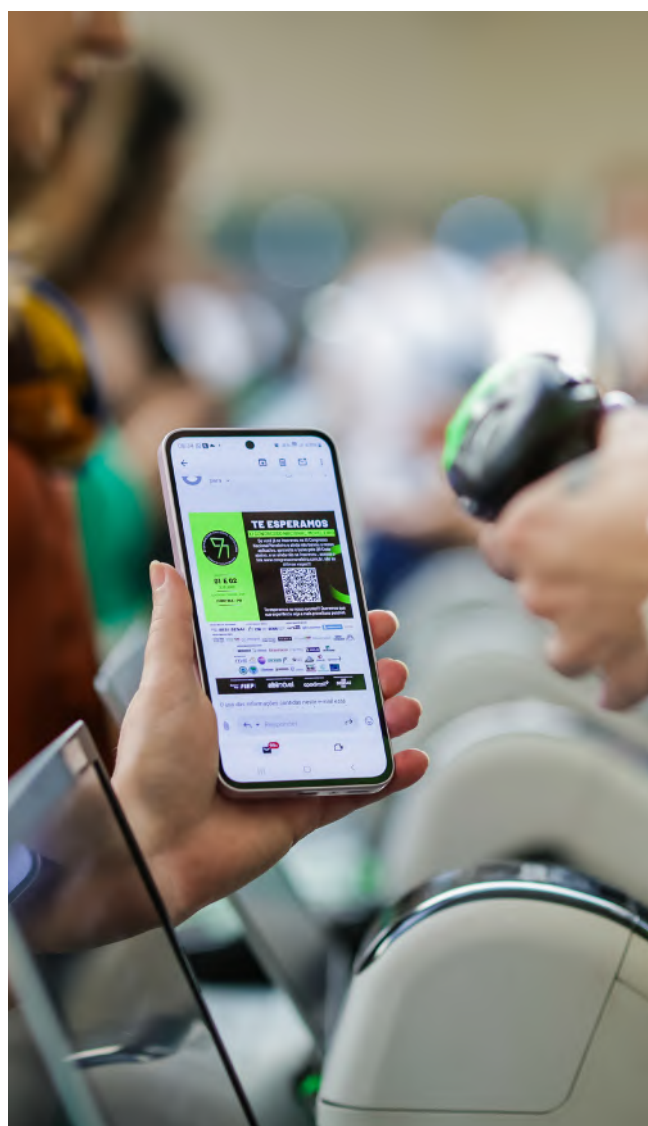
O XI Congresso Nacional Moveleiro foi uma oportunidade única para discutir como a tecnologia pode transformar a indústria moveleira em um agente ativo na reconstrução de regiões afetadas por desastres, como as que ocorreram no Rio Grande do Sul. Ao reunir empresários, designers, especialistas e estudantes, o evento proporcionará um espaço para debates e troca de ideias sobre como a inovação tecnológica pode fortalecer o setor e promover a responsabilidade social.

Paralelamente, soluções tecnológicas como as oferecidas pela Yazo mostram como a tecnologia pode otimizar a organização e a gestão de eventos corporativos, garantindo que os participantes tenham uma experiência memorável e que patrocinadores e organizadores alcancem seus objetivos de forma eficiente. A integração de ferramentas digitais, gamificação e plataformas customizáveis oferece um vislumbre do futuro dos eventos corporativos, onde a tecnologia não apenas conecta pessoas, mas também gera valor real e mensurável.

Com um foco claro na reconstrução e na inovação, o congresso moveleiro promete ser um marco para o setor, reforçando a importância da tecnologia não apenas como um meio, mas como um motor de transformação.



Eduardo Frezarin
CEO Yazo





CPI|Tegus: 45 anos de inovação, excelência e vanguarda no setor moveleiro

Desde a sua fundação em **1979**, a CPI | Tegus vem se destacando como referência em inovação e pioneirismo no setor moveleiro. Nascida de uma visão corajosa e empreendedora, nossa trajetória teve início com o sonho do Sr. Jether Gouvea, um visionário que, ao identificar uma oportunidade de transformar o mercado brasileiro de móveis, fundou a **primeira fábrica de fitas de borda do país**. Inspirado por tecnologias emergentes que descobriu em feiras na Europa, ele revolucionou a indústria moveleira nacional, substituindo a tradicional fita de madeira refilada por uma solução inovadora que conquistou os fabricantes de móveis de todo o Brasil.

Ao longo de mais de quatro décadas, a CPI foi muito além de ser apenas uma empresa fornecedora de fitas de borda. Com seu DNA voltado para a inovação, a empresa consolidou seu lugar como protagonista no cenário internacional.

A evolução contínua de nossos produtos e processos industriais permitiu que superássemos desafios

e ampliássemos nossa presença para **mais de 40 países, atuando em quatro continentes**.

Em **2010**, a empresa deu mais um passo estratégico ao incorporar a marca **Tegus** à sua família de produtos, agregando ao portfólio uma linha de fitas de borda em PVC de altíssima qualidade. Essa expansão foi uma reafirmação do compromisso da empresa com a excelência e o desenvolvimento contínuo de soluções que atendem às necessidades de um mercado em constante evolução. Hoje, somos uma empresa familiar em sua terceira geração, e essa herança fortalece nosso compromisso com valores de longo prazo, respeito aos nossos parceiros e uma visão de negócios que busca sempre superar expectativas.

Nestes 45 anos, enfrentamos crises econômicas, mudanças no comportamento do consumidor e transformações tecnológicas, mas sempre nos mantivemos firmes em nosso propósito. Superamos cada obstáculo com resiliência e uma abordagem

Entretanto, ao celebrarmos nossos **45 anos de história**, não olhamos apenas para o passado. Nossa maior motivação está nos desafios que nos aguardam. Somos a segunda maior fabricante de fitas de borda melamínica no mundo, mas essa conquista é apenas uma etapa em nossa jornada. Nossa visão é clara e ambiciosa: nos tornarmos a maior e mais respeitada fabricante mundial de fitas de borda até atingirmos meio século de existência. Esse objetivo, que muitos considerariam ousado, faz parte da essência do nosso time, que trabalha todos os dias com o propósito de **"Time Feliz em Alta Performance"**.

E sabemos que esse crescimento e transformação não serão alcançados sozinhos. Nosso sucesso está intrinsecamente ligado aos nossos parceiros e colaboradores, com quem estabelecemos relações de confiança mútua e comprometimento. Juntos, estamos preparados para escrever os próximos capítulos dessa história de inovação e sucesso.

O mercado moveleiro global está em constante mudança, e a CPI | Tegus está sempre à frente, antecipando tendências e desenvolvendo soluções que transformam a experiência dos nossos clientes. Nos próximos anos, continuaremos a investir em pesquisa e desenvolvimento, capacitação de nos-

sa equipe, e em tecnologias que aprimorem ainda mais nossos produtos. Nosso foco em qualidade, durabilidade e inovação garante que continuaremos a oferecer as melhores fitas de borda do mercado, sempre alinhadas às exigências de um consumidor mais consciente e exigente.

Celebrar 45 anos de trajetória é, para nós, uma oportunidade de reafirmar nosso compromisso com o futuro. Estamos prontos para enfrentar os próximos desafios, com a mesma coragem e determinação que nos trouxe até aqui. Sabemos que o caminho à frente será cheio de novas oportunidades, e, com nosso espírito empreendedor, continuaremos a buscar a excelência em tudo o que fazemos. Acreditamos que, com nossa visão clara e o apoio de nossos parceiros, atingir o topo não é apenas possível, mas inevitável. O futuro nos espera, e estamos prontos para conquistá-lo.

Nosso legado não se resume ao que fizemos até agora, mas ao que faremos nos próximos anos. Seguimos firmes, com a certeza de que o maior legado da CPI | Tegus ainda está por vir. Com a confiança de nossos clientes, parceiros e colaboradores, continuaremos a transformar o mercado moveleiro, a inovar e a buscar o futuro com determinação e propósito.



A Sayerlack apresenta inovadoras tecnologias em produtos para multiplicar as possibilidades de acabamento, atendendo com qualidade e alta performance uma enorme variedade de processos de pintura para as indústrias moveleiras de todos os portes.



A pintura desenvolve soluções que envolvem o móvel, destacando suas formas e funcionalidade. O objetivo é criar superfícies que agradem visualmente, proporcionem uma experiência tátil confortável e transmitam o diferencial do produto, influenciando a decisão de compra do consumidor.

O radar da Sayerlack está em sintonia com as tendências de diversos segmentos, traduzindo, através de produtos e processos de pintura, uma infinidade de acabamentos que aprimoram o design do mobiliário. Desde o uso criativo da cor e texturas, efeitos tridimensionais e claro, a valorização da madeira natural.

Tendências de Cores

Acompanhamos de perto as tendências globais de cores para garantir que nosso Sistema Tintométrico,

o Sayersystem; esteja sempre atualizado com o que há de mais moderno e relevante no design de interiores, o que se traduz no mobiliário destes ambientes.

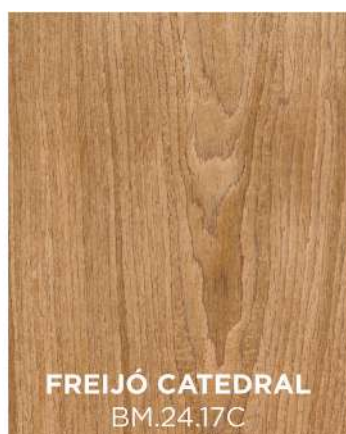
Nossa curadoria do iSaloni, apresenta uma seleção de tonalidades mais vistas na feira e que na visão da Sayerlack, podem ser absorvidas pelas indústrias em várias linhas de acabamento como as lacas foscas, high gloss, microtexturizadas e, inclusive, metalizadas.



Lâminas de Madeira

A utilização de lâminas de madeira se destaca como uma escolha estratégica para as indústrias moveleiras que desejam posicionar seus produtos no mobiliário de alto padrão. Oferecem uma riqueza de texturas, padrões e tons que podem ser harmonizados com uma infinidade de estilos e ambientes, desde os mais tradicionais aos mais contemporâneos.

No total, são 26 opções com diferentes cores e veios elegantes, com destaque para dois padrões, incluídos recentemente no portfólio: Freijó Catedral e Smoked.



Acabamentos Diferenciados

O Laccato Poro Aberto é obtido através de um processo de pintura que confere uma profundidade e intensidade únicas à madeira, resultando em peças que se destacam pela sua elegância e presença. É possível realizar uma variedade de efeitos utilizando este processo de pintura com lacas metalizadas, brancas e tantas outras coloridas.

Uma tendência deste acabamento é o que chamamos de ebanizado. Móveis e objetos de decoração com acabamento ebanizado incorporam uma estética contemporânea e sofisticada aos ambientes. O contraste entre o acabamento ebanizado e outros materiais, como mármore, metal e tecidos naturais, cria uma harmonia visual única, que atrai o olhar e estimula os sentidos, elevando o ambiente a um patamar de refinamento e beleza incomparáveis.



SUPERMATTE - Anti finger print

Esta é mais uma solução da Sayerlack para diferenciar o mobiliário oferecendo um acabamento inovador e personalizado. Os acabamentos o Verniz Acrílico SUPER MATTE destaca o design do mobiliário e das tendências de cores e texturas, através de uma superfície extremamente suave ao toque e super foscas.

A experiência sensorial do Verniz Acrílico SUPER MATTE supera as expectativas pelo anti-reflexo, anti-riscos e anti-impressões digitais nas superfícies.



ANTI-FINGERPRINT
impressões digitais



ANTI-REFLECTION
super fosco sem reflexo



ANTI-POLISHING
alta resistência ao polimento



HARDNESS
altíssima dureza superficial
9H*



SUPER MATTE
Acabamento super fosco
e toque extremamente sedoso

TINGIMIX - Tecnologia híbrida para tingidores, solúveis em água e solvente.

O Tingimix, um sistema revolucionário que combina tecnologia de ponta e matérias-primas de alta qualidade para proporcionar cores verdadeiramente únicas e exclusivas.

O que torna o Tingimix um diferencial, é sua capacidade de reproduzir milhares de cores de tingidores de maneira simples e eficiente. Sendo um sistema totalmente híbrido, pode ser diluído tanto em água quanto em solvente, proporcionando flexibilidade e praticidade no momento da aplicação.

Indicado para uma variedade de aplicações, desde madeiras maciças até compensados, portas, janelas e mobiliário em geral.



Sobre a Sayerlack:

Soluções inovadoras para o mobiliário.

Pesquisar, desenvolver e introduzir novas tecnologias que agreguem valor ao design do mobiliário e superem as expectativas das indústrias moveleiras em suas linhas de pintura, são os pilares da Sayerlack. Ao longo de seus mais de 55 anos, permanece na vanguarda tecnológica e se tornou uma multinacional brasileira, com presença em mais de 90 países, através de suas operações no Brasil, Chile, Itália e Estados Unidos. Dentre as mais de 30 mil fórmulas, a Sayerlack sempre terá uma solução inovadora e personalizada para o seu negócio.

www.sayerlack.com.br | sayerlack@sayerlack.com.br | 0800 702 6666

Marketing: marketing@sayerlack.com.br | 11 2117-9083 | 11 98985-0370

**Sanepar,
eleita a melhor empresa
de saneamento do mundo.
Excelência e cuidado
com os paranaenses.**



Melhor empresa de saneamento do mundo
por cumprir os objetivos de desenvolvimento
sustentável da ONU em água, saneamento
e por sua gestão responsável.

3 anos consecutivos a Melhor e Mais Inovadora
Empresa de Infraestrutura do Brasil
- Valor Econômico.

Secagem de lodo com energia limpa
- Prêmio Melhores do Biogás 2024.



Saiba
mais sobre
nossos projetos
de inovação.





Patrocinador Jacarandá

Sistema Fiep **SESI SENAI**

Patrocinador Imbuia



Patrocinador Mogno



Patrocinador Pinus



Móveis^{de} Valor



Patrocinador Araucária



Apoiadores





Expediente

Idealização | Violato Produções
Redação e edição | Cinthia Scheffer e Marisa Valério
Diagramação | Jeniffer Gutierrez